

El secreto mejor guardado de el CRM: cómo evitar sorpresas por el costo de su CRM

UN ANÁLISIS DE TARIFAS, SUSCRIPCIONES Y COSTOS OCULTOS



CONTENIDO

<i>Visión ejecutiva</i>	3
<i>Análisis de precios para el proveedor</i>	4
<i>Microsoft Dynamics CRM</i>	4
<i>Salesforce.com</i>	5
<i>SugarCRM</i>	8
<i>Análisis del costo total de propiedad (TCO) de 3 años</i>	9
<i>Todos los productos (100 usuarios)</i>	10
<i>Productos comparables (100 usuarios)</i>	11
<i>Conclusión</i>	12
<i>Anexo/Referencias</i>	12

VISIÓN EJECUTIVA

La manera en la que las compañías usan y pagan el software de administración de las relaciones con los clientes (CRM) ha cambiado de manera significativa en la última década. Los proveedores de software de CRM están pasando de un sistema basado en licencias predominantemente perpetuas, en donde las compañías pagan una gran cantidad de dinero por adelantado y luego pequeñas tarifas anuales de mantenimiento, por tarifas de suscripción anual o mensual para acceder al software de CRM en Internet.

Los diversos esquemas de precios pueden confundir a los compradores que intentan evaluar el costo total de propiedad (TCO) de los distintos servicios de CRM que tienen diversos esquemas de precios. Por ejemplo, aún hay varias compañías que ofrecen modelos de precios basados en las licencias. Algunas compañías también ofrecen una opción de suscripción además de la opción de licencias perpetuas.

El siguiente análisis proporciona un análisis comparativo de precios de tres soluciones de CRM para organizaciones de mercado intermedio. Forrester Research define a la organización de mercado intermedio como toda organización o departamento con ganancias de menos de \$1,000 millones o menos de 2,000 empleados. Las soluciones de CRM incluidas en este análisis de costo total de propiedad (TCO) son las siguientes:

- Microsoft Dynamics CRM
- Salesforce.com
- SugarCRM

Para este análisis, tuvimos en cuenta los siguientes costos y requisitos: para soluciones en el sitio, incluimos tarifas anuales de mantenimiento y soporte técnico y licencias de servidores y usuarios finales (usuario designado). Para soluciones a pedido, tuvimos en cuenta las tarifas anuales de suscripción para usuarios finales (usuario designado). Cada solución tuvo que proporcionar acceso móvil, integración con Microsoft Outlook, un motor de informes personalizable y posibilidades de personalización y configuración, ya sea como función incluida o adquisición de complemento adicional disponible. Consideramos estas capacidades como un "mínimo indispensable", ya que toda implementación exitosa y moderna de CRM requerirá estas capacidades para brindar el uso más básico y alcanzar las metas de rendimiento de la inversión (ROI). Para todas las ediciones también tuvimos en cuenta el costo del soporte técnico por teléfono las 24 horas del día, todos los días, o reemplazamos los costos de lista relacionados con la oferta de soporte técnico más comparable del proveedor. En algunos casos (como el de Sugar Ultimate), el soporte técnico, las 24 horas del día, todos los días, está incluido. Por lo tanto, no se han agregado tarifas adicionales de soporte técnico al análisis de TCO.

Además, tuvimos en cuenta algunas de las posibles tarifas ocultas importantes que pueden llegar a encontrar los clientes cuando usan Salesforce.com. Estas tarifas pueden surgir como resultado de limitaciones arbitrarias en las ediciones adquiridas, o como parte del uso diario del sistema. Aunque no hay un elemento definitivo con respecto a la manera en que estas tarifas ocultas afectarán a cada implementación, es importante saber que algunos proveedores pueden cobrar esas tarifas, y por ende, se debe planear en función de eso.

Tuvimos en cuenta el TCO de tres años para 100 usuarios en todos los productos y todas las ediciones que se incluyen en el informe. También comparamos el TCO de tres años para 100 usuarios en las ediciones ofrecidas por los vendedores que eran más similares. Para cada solución, tuvimos en cuenta requisitos de almacenamiento de 15GB por cuenta. Utilizamos precios de lista estándar según estaban disponibles en noviembre de 2014. No se tuvieron en cuenta el plazo, la cantidad y otros descuentos (como descuentos disponibles según el Microsoft Enterprise Agreement).

En este análisis de costos no se incluyeron los costos de hardware para implementaciones en el sitio, como costos de servidores, servidores de seguridad y otros costos relacionados, como el capital humano, necesarios para el mantenimiento de los sistemas.

Toda la información de precios tiene su origen en sitios web con buena reputación y se citan durante todo el análisis.

ANÁLISIS DE PRECIOS PARA EL PROVEEDOR

MICROSOFT DYNAMICS CRM 2013

Microsoft Dynamics CRM es un conjunto de aplicaciones completo de soluciones de CRM, que se enfoca en el soporte al cliente, el marketing y las ventas. Microsoft Dynamics CRM puede adquirirse como una solución de software de servidor basada en el sitio o como una implementación de SaaS con tarifas de suscripción mensual.

MICROSOFT DYNAMICS CRM

Microsoft Dynamics CRM 2013 basada en el sitio requiere una licencia de servidor para cada servidor de hardware que ejecute el software. Hay dos ediciones de servidor basadas en el sitio disponibles para Microsoft Dynamics CRM 2013:

- Microsoft Dynamics CRM 2013 Workgroup Server 2013 (con un máximo de cinco licencias de usuario designadas)
- Microsoft Dynamics CRM Server 2013 (con licencias de usuario ilimitadas)

Debido a que este estudio tuvo en cuenta implementaciones de más de cinco usuarios, solo se revisarán los precios de Microsoft Dynamics CRM Server 2013.

Los servidores de Microsoft Dynamics CRM 2013 tienen licencias según el modelo de otorgamiento de licencias de Microsoft Server/Licencia de acceso de cliente (CAL), lo que significa que los servidores requieren una licencia de servidor por separado para cada servidor en el que se instale el software y una Licencia de acceso de cliente para cada usuario interno que acceda a la CRM. Hay diversas Licencias de acceso de cliente disponibles. La CAL más común es la CAL de usuario “completa”. Una CAL de usuario “completa” es una licencia para un usuario que tiene acceso completo de lectura y escritura de todas las funciones de Microsoft Dynamics CRM desde cualquier dispositivo.

Además, Microsoft tiene precios para Conectores externos. Los Conectores externos de Microsoft Dynamics CRM 2013 les permiten a las compañías expandir su Microsoft Dynamics CRM a usuarios externos, como clientes, socios y proveedores.

Los precios y las licencias de Microsoft Dynamics representan un asunto complejo y pueden variar en función del Enterprise Agreement (EA) que la compañía pueda tener con Microsoft. Para las compañías que no tengan un EA, Microsoft ofrece un plan de licencias para empresas llamado Business Ready Licencing.

A fines de la comparación, en este estudio utilizamos precios del Business Ready Licencing con precios de la CAL de usuario “completa”.

Business Ready Licencing de Microsoft Dynamics CRM 2013	Microsoft Dynamics CRM Server 2013	
CAL del servidor (por caso)	\$4,922	Tarifa de licencia perpetua
CAL del usuario (completa)	\$983	Tarifa de licencia perpetua
Conector externo (por caso del servidor)	\$4,999	Tarifa de licencia perpetua
Software Assurance (soporte y mantenimiento)	25 %	Tarifa anual

MICROSOFT DYNAMICS ONLINE

Microsoft Dynamics CRM Online es un modelo de software como servicio basado en una suscripción por usuario que se vende en 40 países. El producto Microsoft Dynamics CRM Online se vende con una suscripción anual y está disponible en dos ediciones distintas. Las dos ediciones incluyen:

- Microsoft Dynamics Online Professional Edition
- Microsoft Dynamics Online Enterprise Edition

Ambas ediciones incluyen herramientas centrales de automatización de ventas e incluyen acceso móvil básico. No obstante, la edición Microsoft Dynamics Online Enterprise también incluye la característica de automatización del marketing, así como también soporte técnico central y la función de administración de casos incluida en la suscripción básica. Para fines de comparaciones más precisas, usamos la edición Microsoft Dynamics Enterprise en nuestro análisis de TCO de “Ediciones comparables” de la página 11, ya que incluye estas características claves que no se encuentran en la edición Professional.

Edición	Precio mensual	Tarifa anual por usuario
MS Dynamics CRM Online – Edición Professional	\$65	\$780
MS Dynamics CRM Online – Edición Enterprise	\$200	\$2,400

SALESFORCE.COM

Salesforce.com se proporciona únicamente como una oferta de SaaS, lo que significa que los clientes no pagan tarifas de servidor ni costos anuales de mantenimiento. La tarifa de suscripción incluye el mantenimiento; además, algunas de las ediciones (no todas) incluyen acceso móvil sin restricciones, un complemento para Microsoft Outlook y funciones de integración, personalización e informes.

El desglose de los precios de lista de las suscripciones para las diversas ediciones de Salesforce.com es el siguiente:

Edición	Costos mensuales por usuario	Costos anuales por usuario
Contact Manager (un máximo de 5 usuarios)	\$5	\$60
Salesforce Group (un máximo de 5 usuarios)	\$25	\$300
Salesforce Professional	\$65	\$780
Salesforce Enterprise	\$125	\$1500
Salesforce Performance	\$300	\$3600

Debido a que este estudio de TCO tuvo en cuenta implementaciones de más de cinco usuarios, solo se revisarán los precios de las ediciones Professional, Enterprise y Performance de Salesforce. Además, cuando se buscó un CRM de “servicio completo” que cubriera las necesidades de soporte, marketing y ventas, solo las ediciones Enterprise y Performance de Salesforce.com ofrecían esa característica. Los usuarios de todas las otras ediciones deben pagar entre \$65 y \$135 por usuario o por mes, para agregar las funciones de soporte al cliente de el Service Cloud. Además, los usuarios de otras ediciones que necesiten funciones de marketing esenciales y avanzadas deberán pagar tarifas mensuales adicionales, que pueden significar miles de dólares adicionales a los costos anuales o mensuales.

Según la información mencionada anteriormente, en nuestro análisis de TCO de tres años de “ediciones comparables”, utilizaremos la edición Enterprise de Salesforce.com, ya que es la edición más económica que cumple con los requisitos esenciales de incluir capacidades móviles y de CRM con servicio completo.

COSTOS OCULTOS

Aunque muchos sistemas de CRM se venden a través de un modelo de suscripción, los clientes de Salesforce.com suelen pagar sumas significativamente mayores que las tarifas de suscripción mensual citadas debido a tarifas ocultas y otras limitaciones que pueden aumentar el costo total de propiedad.

Los precios de Salesforce incluyen cargos adicionales por uso del sistema, que suelen ser muy difíciles de calcular y presupuestar. Justo cuando las compañías comienzan a obtener la mayor cantidad de beneficios empresariales de el CRM, los costos comienzan a crecer exponencialmente. Los cargos adicionales incluyen llamadas API, que son equivalentes a conexiones con otras fuentes de datos. Las tarifas de almacenamiento pueden aumentar cuando se almacenan en grandes sistemas de archivos, como PDF o diapositivas de presentaciones. Además, el acceso móvil completo de algunas versiones puede costar unos \$50 adicionales por usuario o por mes. La creación de aplicaciones móviles personalizadas en la plataforma de Salesforce puede costar unos \$300 adicionales por aplicación o por mes. Las tarifas de suscripción base no incluyen tarifas de acceso ni consumo para la oferta de Data.com de Salesforce.

Estos cargos adicionales pueden incluso duplicar los costos totales del sistema. Veamos en detalle los cargos adicionales para llamadas API. Cuando se conecta a fuentes externas de datos, como flujos de medios sociales o de contabilidad, Salesforce establece un límite en la cantidad de veces que los usuarios pueden enviar y recibir información entre sistemas. Cada vez que un usuario revisa los registros de cuenta de un cliente o aumenta la información de posibles clientes con datos de Dun & Bradstreet, por ejemplo, el sistema ejecuta de modo oculto una llamada de interfaz de programación de aplicaciones (API). Si los usuarios de Salesforce.com superan la cantidad máxima de llamadas permitidas, estarán obligados a agregar más licencias de usuario ó a actualizar a TODOS los usuarios a la edición más costosa: Performance.

La tabla a continuación muestra cómo alcanzar los límites de API puede aumentar notablemente el costo total de propiedad para 100 usuarios de la edición Enterprise de Salesforce.com. (Nota: el acceso completo a la API de Salesforce.com solo se encuentra disponibles para usuarios de Enterprise).

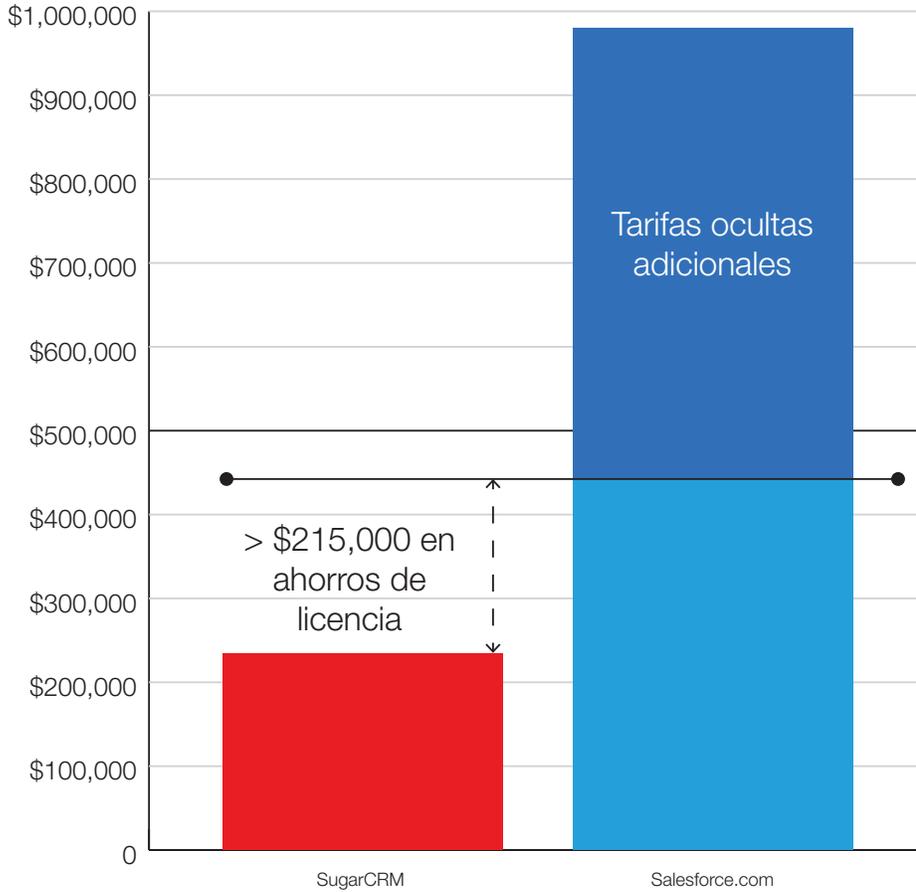
Licencias de usuario de Salesforce.com	Cantidad total de llamadas API permitidas	Costos anuales de licencia
100 Enterprise	100,000	\$150,000
110 Enterprise	110,000	\$165,000
150 Enterprise	150,000	\$225,000
Actualización a la edición Performance (100 usuarios)	Ilimitado*	\$360,000

*Nota: aunque la edición Performance indica que la API y otras personalizaciones son “ilimitadas”, las pautas de la compañía revelan que existen límites para todas las actividades del usuario en el sistema. Un representante de Salesforce.com puede describir estas limitaciones con más detalles.

Como muestra la tabla, agregar licencias de usuario solo aumenta levemente la cantidad de llamadas API y hace que la actualización a la edición Performance sea la decisión más sabia para agregar derechos de acceso a API. Por lo tanto, para implementaciones con integraciones de fuentes de datos adicionales, la edición Performance es la solución más económica con llamadas API ilimitadas. Esta actualización aumentará los costos totales de suscripción anual de la organización en un 140 por ciento.

Recuerde que, cuando se obliga a actualizar a una edición más avanzada, estos precios adicionales no son tarifas de servidor de pago único, sino tarifas anuales que deben pagarse cada año para acceder a los datos de la compañía y al sistema de CRM del modo que le parezca adecuado. Es importante tener en cuentas las tarifas, las necesidades de almacenamiento y acceso de datos y casos de uso expandido y a largo plazo para poder tomar una decisión informada al momento de comparar los verdaderos costos de propiedad.

TCO de 3 años, con tarifas ocultas: Sugar en comparación con Salesforce*



* Basado en la comparación entre Sugar Enterprise Edition y Salesforce Enterprise Edition para 100 usuarios

Es importante tener en cuenta las tarifas ocultas que pueden surgir cuando se utiliza un producto como Salesforce.com. Esta tabla compara el TCO de tres años de SugarCRM y Salesforce.com con tarifas ocultas incluidas. Además de una diferencia importante de suscripción, la brecha de costos se ensancha cuando se tienen en cuenta las tarifas ocultas en el TCO.

SUGARCRM

SugarCRM se ofrece según un modelo de suscripción, parecido a Salesforce.com, pero con algunas diferencias importantes. El modelo de precios PurePrice™ de SugarCRM indica que la tarifa de suscripción incluye mantenimiento y acceso móvil, un complemento para Microsoft Outlook, informes y funciones de integración y personalización. SugarCRM tiene el objetivo de limitar las “tarifas ocultas” que algunos proveedores de CRM no incluyen en los costos de licencia básicos.

Además, Sugar puede implementarse a pedido, en SaaS, o en los servidores del usuario. Sugar también puede implementarse en una variedad de nubes públicas como Amazon EC2, Windows Azure, Rackspace e IBM GTS. Los socios de Sugar también implementan casos del cliente en sus nubes privadas. A diferencia de otros proveedores de CRM, que ofrecen una opción de implementación, Sugar tiene los mismos precios para todas las opciones de implementación.

Sugar tiene tres suscripciones disponibles: Professional, Enterprise y Ultimate. El precio para todas las ediciones de Sugar es igual, sin importar el modelo de implementación. Puede consultar el sitio web <http://www.sugarcrm.com/pricing> para obtener más información sobre las diferencias de estas versiones. Los precios son los siguientes:

Edición	Tarifa mensual por usuario	Costo anual por usuario
Sugar Professional	\$40	\$480
Sugar Enterprise	\$65	\$780
Sugar Ultimate	\$150	\$1800

ANÁLISIS DEL COSTO TOTAL DE PROPIEDAD (TCO) DE 3 AÑOS

No existen soluciones de CRM que sean iguales y, por supuesto, los precios también varían. Debido a una amplia diferencia entre los costos continuos y anticipados de las ofertas de productos, un análisis de costos para un solo año o un solo usuario no es completo. En cambio, es necesario comparar los costos totales de diversas ofertas de CRM y proporcionar modelos con el paso del tiempo.

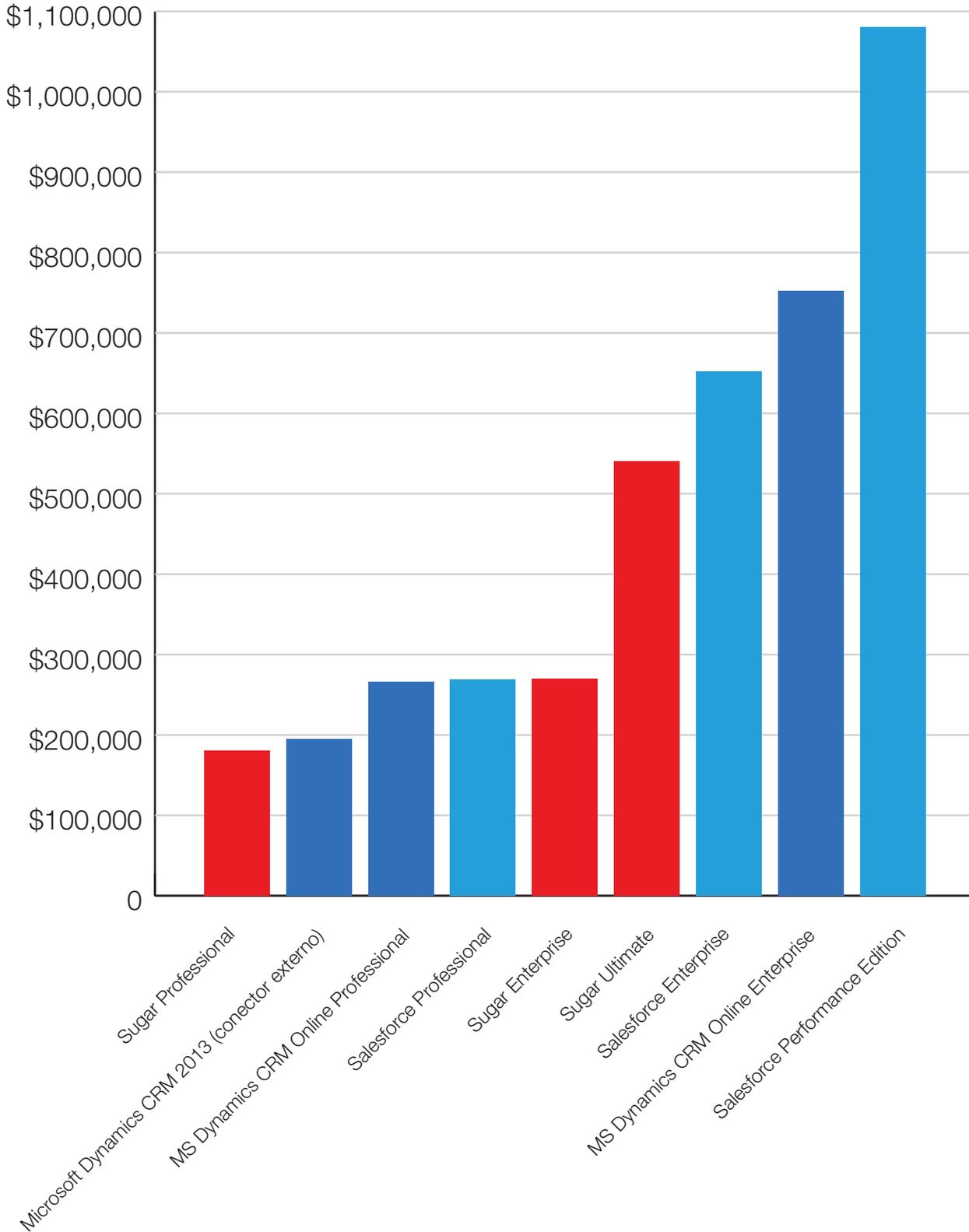
Para este análisis, tuvimos en cuenta los siguientes costos y requisitos: para soluciones en el sitio, incluimos tarifas anuales de mantenimiento y soporte técnico y licencias de servidores y usuarios finales (usuario designado). Para soluciones a pedido, tuvimos en cuenta las tarifas anuales de suscripción para usuarios finales (usuario designado). Cada solución tuvo que incluir acceso móvil, integración con Microsoft Outlook, un motor de informes personalizable y funciones de personalización y configuración.

Tuvimos en cuenta el TCO de tres años de una implementación para 100 usuarios en todos los productos investigados en el informe. Luego se seleccionó la solución más económica de cada proveedor según la característica especificada. Tuvimos en cuenta que se ofrecían los siguientes requisitos de almacenamiento: 5GB para implementaciones de 10 usuarios, 10GB para implementaciones de 25 usuarios, 15GB para implementaciones de 100 usuarios y 25GB para implementaciones de 500 usuarios. Para este análisis, utilizamos precios de lista estándar que estaban disponibles en noviembre de 2014. No se tuvieron en cuenta el plazo, la cantidad y otros descuentos (como descuentos disponibles según el Microsoft Enterprise Agreement). Los precios se representan en dólares estadounidenses.

En este análisis de costos no se incluyeron los costos de hardware para implementaciones en el sitio, como costos de servidores, servidores de seguridad y otros costos relacionados, como el capital humano, necesarios para el mantenimiento de los sistemas.

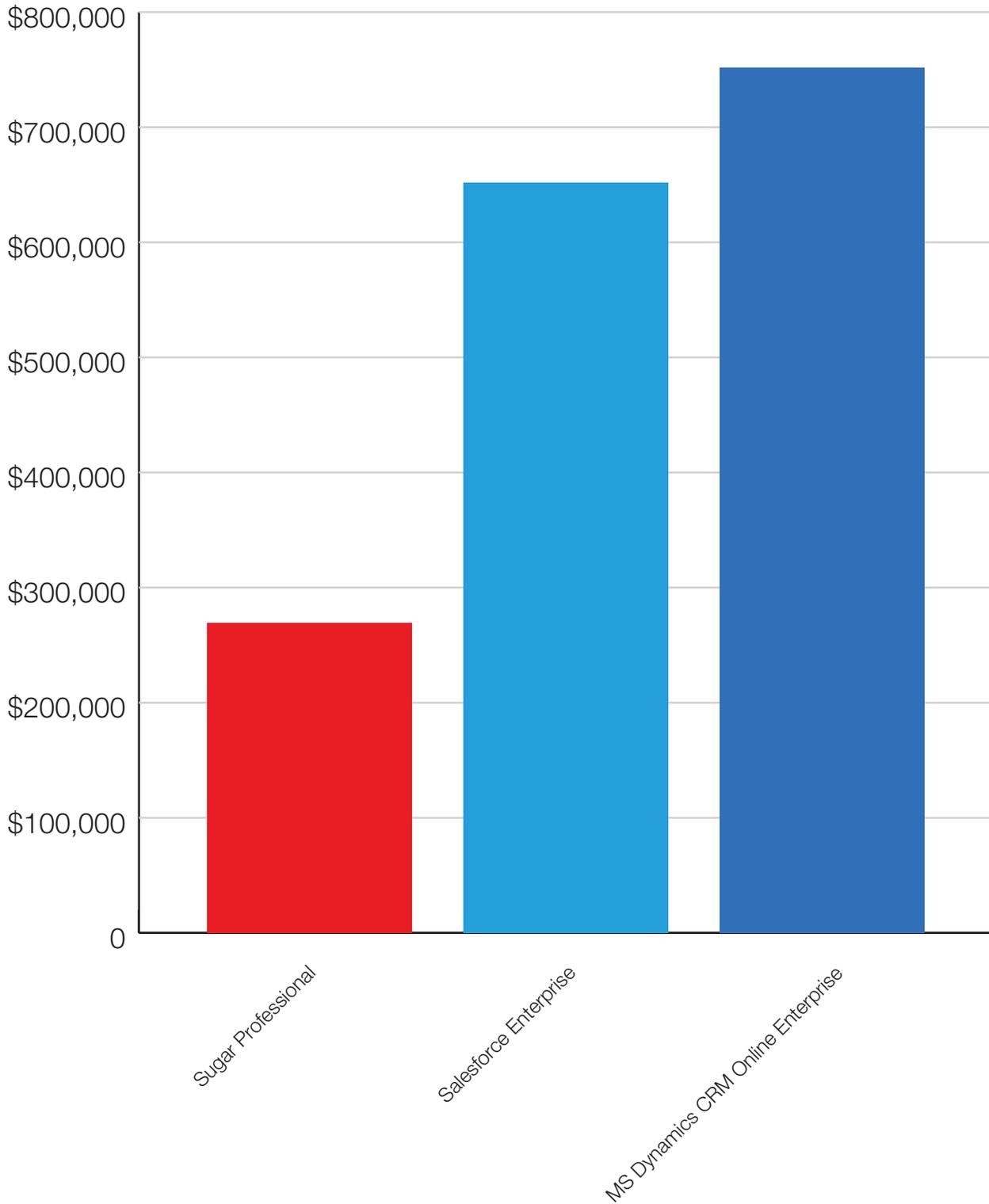
TCO DE 3 AÑOS

Todos los productos (100 usuarios)



TCO DE 3 AÑOS

Productos comparables (100 usuarios)



CONCLUSIÓN

Hay diversos factores que influyen en la elección de el CRM adecuado para su empresa. El costo total de propiedad solo es uno de esos factores. No obstante, la importancia de TCO bajos aumenta cuando se tiene en cuenta el ciclo de vida de la implementación de CRM. En la actualidad, elegir un CRM económico parece una decisión correcta. Pero si ese sistema no puede crecer junto a su empresa, la implementación resultará más costosa a largo plazo. Aunque algunos productos parezcan tener licencias a algunos precios, asegúrese de averiguar las tarifas adicionales para integrar la herramienta de CRM con otros sistemas o para tener acceso móvil.

Este breve análisis proporciona cierto conocimiento básico de los costos de compra y mantenimiento de un sistema de CRM. Existen diversos modelos de implementación y precios; es por eso que es importante comprender qué modelo aborda mejor los problemas urgentes de la empresa. Antes de tomar cualquier decisión, asegúrese de trazar el valor que generará la implementación que incluya, entre otros, los costos de dinero en efectivo.

ANEXO/REFERENCIAS

Precio de lista para Microsoft Dynamics CRM: <http://www.microsoft.com/en-us/dynamics/pricing-list.aspx>

Precio de lista para Salesforce.com: <http://www.salesforce.com/crm/editions-pricing.jsp>

Precio de lista para SugarCRM: <http://www.sugarcrm.com/pricing>

10050 North Wolfe Road | SW2-130
Cupertino, CA 95014
T: 408.454.6900 | F: 408.873.2872

www.sugarcrm.com

Copyright © 2015 SugarCRM, Inc.

Todos los derechos reservados. SugarCRM y el logotipo de SugarCRM son marcas comerciales registradas de SugarCRM, Inc. en los Estados Unidos, en la Unión Europea y en otros países.

Todas las demás marcas comerciales son propiedad de sus respectivas compañías.

04-14-02-LR-3versions

