

A photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hand is pointing at a large bar chart on a document. The chart has blue bars and a line graph overlaid. In the background, another person is holding a pen over a document. The scene is brightly lit, suggesting an office environment.

AULA 11

A pesquisa como instrumento de avaliação e mensuração de resultados



Requisitos e barreiras à mensuração

Mentimeter:

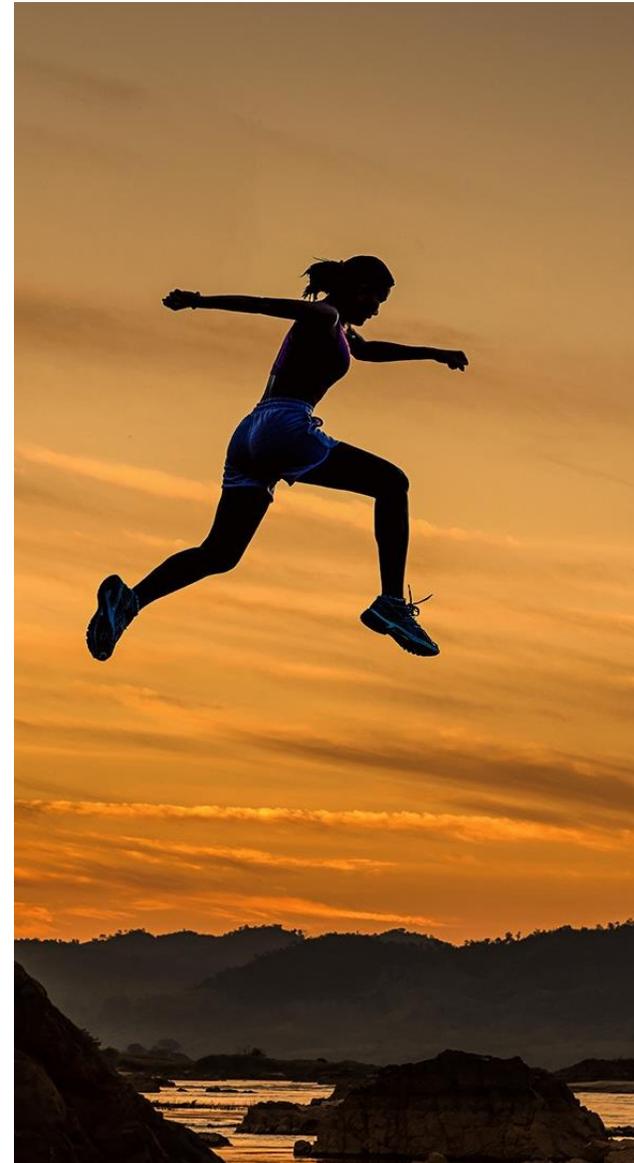
<https://www.menti.com/zeehp8orcq>

Código 939451

Indiquem até 3 palavras ou expressões que entendam ser requisitos e barreiras à mensuração.

Requisitos para mensuração

- Clareza da função a ser exercida pela Comunicação.
- Planejamento.
- Planejamento da área alinhado ao planejamento dos negócios.





Barreiras dos profissionais

- Comunicação lida com resultados intangíveis.
- A formação acadêmico-profissional na área de Comunicação.
- Falta de conhecimento metodológico e aversão científica.
- Avaliar e mensurar significa controle e punição.
- Falta de tempo.
- Falta de pessoal.



Barreiras das organizações

- Comunicação é tática.
- Comunicação não contribui economicamente.
- Falta de recursos para pesquisa.



Mensuração na literatura

Consenso:

- Mensurar é fase inerente ao planejamento estratégico.
- Sua boa condução depende do estabelecimento de objetivos claros e mensuráveis.

Dissenso: definição

- Mensurar auxilia na recondução do processo de planejamento (controle: corrige e evita erros).
- Mensurar auxilia na avaliação e demonstração dos resultados obtidos.



O que avaliamos e mensuramos?

- **Eficácia** está voltada ao alcance de **resultados** pretendidos.
 - Interesse
 - Retenção
 - Confiança
 - Percepção de valor
 - Lucro líquido
 - Volume de vendas
- **Eficiência** relaciona-se à execução de uma tarefa, de maneira adequada, com uma relação satisfatória entre custos e benefícios.



Avaliação

- Verifica o desempenho de um plano previamente estabelecido.
- Se dá ao longo do processo de implementação em busca de possíveis ajustes.

Mensuração

Demonstra os resultados obtidos por um programa.

Sinaliza alcance dos objetivos inicialmente propostos.



Valoração

Contribuição econômica que um setor ou programa traz à organização, seu retorno financeiro por meio da relação custo-benefício.





Referências

- GALERANI, Gilceana. *Avaliação em Comunicação Organizacional*. Brasília/ DF: Embrapa Soja, Assessoria de Comunicação Social Embrapa, 2006.
- LOPES, Valéria de Siqueira Castro; GRANDI, Guilherme. Avaliação, mensuração e valoração em Relações Públicas. In: KUNSCH, Margarida Maria Krohling (org.). *Relações Públicas: história, teorias e estratégias nas organizações contemporâneas*. São Paulo: Saraiva, 2009.
- LORENZETTI, Gisele. Os desafios de avaliar o intangível. *Revista Organicom*, ano 2, número 2, 1º semestre de 2005, pp 203-213.