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:

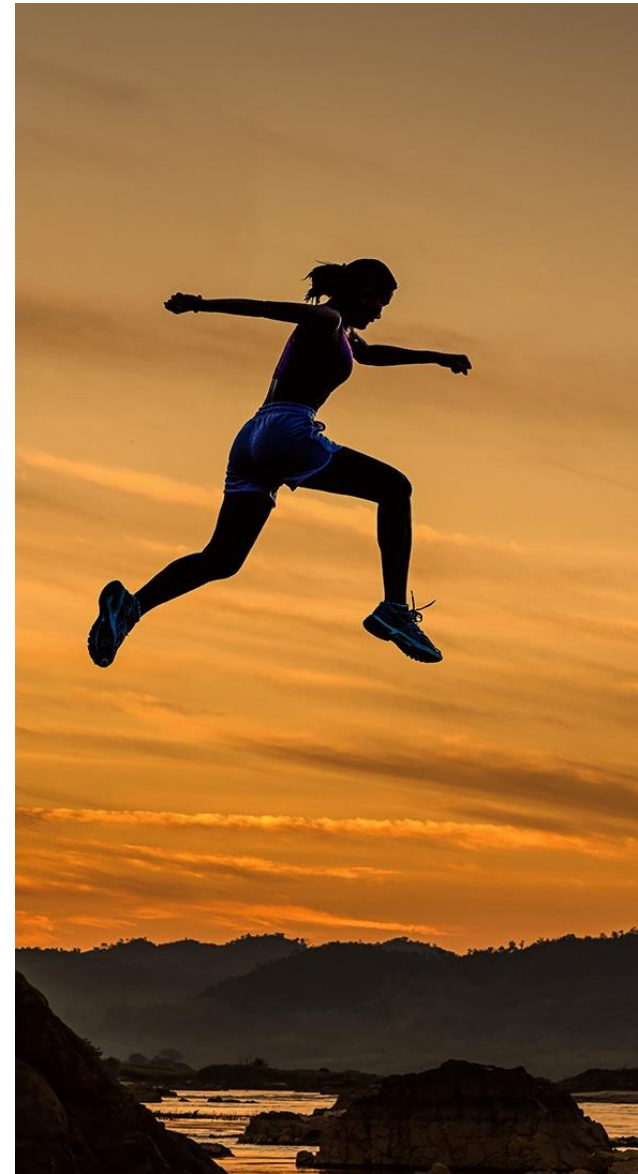
<https://www.menti.com/zeehp8orcq>

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.