**“Se você não mede algo, você não pode entender o processo. Se você não entende o processo, você não consegue aperfeiçoá-lo”, dizia o pai da Administração moderna, Peter Drucker. Esse pensamento traduz a importância dos indicadores de desempenho para o gerenciamento de uma empresa ou organização.**

Indicadores de desempenho, em inglês KeyPerformance Indicador (KPI), são métricas usadas para avaliar se as ações e decisões tomadas estão alcançando as metas estabelecidas. São fundamentais para calcular o ROI (Retorno sobre Investimento), descobrir se um treinamento corporativo está tendo efeito, entender o que é preciso fazer para aumentar o engajamento da equipe e dos clientes etc.

**Por meio das ferramentas de KPI, é possível obter dados quantitativos e qualitativos. Um exemplo são as plataformas LMS (Learning Management System) para gestão de aprendizagem, que fornecem relatórios de indicadores que são extremamente valiosos para avaliar o progresso da equipe ou processo.**

Afinal, dificilmente você, gestor, conseguirá convencer seus colaboradores de que um projeto de aprendizado ou processo é eficaz se não tiver os dados nas mãos. Estatísticas são importantes na hora de demonstrar que algo funciona e engajar as pessoas a participar daquela ação, o que é fundamental em um projeto de educação corporativa.



**Mas como construir indicadores de desempenho e usá-los para melhorar processos dentro da empresa? É sobre isso que vamos tratar neste artigo, apresentando algumas métricas utilizadas no meio corporativo e como escolher aquelas que vão ajudá-lo a obter resultados cada vez melhores. Continue a leitura para entender os indicadores da teoria à prática.**

**Existem quatro tipos de indicadores utilizados para medir o desempenho de qualquer empresa, independentemente do ramo de atividade.**

**1. Indicadores de produtividade**

Fazem referência ao uso de recursos da empresa em relação à quantidade de entregas que o processo faz em determinado período. É medido por hora trabalhada ou hora/máquina, é muito importante que esses indicadores venham acompanhados de outros, de qualidade. Afinal, não adianta produzir muito e não atingir o nível de exigência e as necessidades dos clientes, pois a sua empresa corre o risco de ficar com estoque excedente.

**2. Indicadores de qualidade**

Usados para detectar não conformidades, como entregas fora do padrão. São obtidos a partir da relação do número de saídas totais com as saídas sem defeitos ou desvios no processo. Devem acompanhar os indicadores de produtividade, uma das formas de medi-los é a partir da percepção dos clientes finais sobre as entregas realizadas: se estão satisfeitos, qual a quantidade de reclamações que determinado serviço ou produto recebe durante um período etc.

**3. Indicadores de capacidade**

Mensuram a quantidade máxima de entregas que poderá ser realizada em determinado período de tempo, ou, a capacidade de resposta a um processo, pode ser medida pela quantidade de produtos que uma máquina consegue embalar durante X horas, o tempo que um funcionário leva para executar determinada tarefa, entre outros exemplos.

**4. Indicadores estratégicos**

Dizem respeito aos objetivos da empresa, relacionados ao planejamento estratégico do negócio. Por meio deles, é possível descobrir se a empresa está se aproximando daquilo que foi imaginado para o seu futuro, comparando o cenário atual com o projetado, esses quatro citados são os principais indicadores de desempenho genéricos, que podem ser verificados em todas as corporações. Existem outras métricas que podem ser medidas como desdobramentos dessas quatro.



**Além dos indicadores genéricos, que apresentamos anteriormente, há muito outros indicadores específicos, para cada tipo de empresa ou organização e para cada objetivo.**

**Conheça dois deles:**

**TURNOVER**

Um ótimo indicador de desempenho para processos de Recursos Humanos, pois mede a taxa de substituição de colaboradores, que corresponde a uma diferença numérica entre admissões e demissões, medir o grau de rotatividade de funcionários da empresa ajuda a entender questões internas a serem melhoradas, como está o clima organizacional e a capacidade da corporação em reter seus talentos.

**Taxas altas de turnover, portanto, podem indicar algum problema e é preciso identificá-lo, saber o porquê de os funcionários estarem deixando a empresa ou sendo demitidos em uma quantidade acima do normal.**

Além disso, isso representa um custo maior para a empresa, pois criar treinamentos e capacitar colaboradores demanda tempo e dedicação. Se um funcionário sai logo após esse treinamento, o investimento é perdido e a empresa precisa recomeçar com outra pessoa.

Quase sempre, nesse caso, o problema é a falta de recompensas, estímulos e oportunidades de crescimento para os funcionários que se submetem à formação. Por isso, o gestor deve ficar atento e avaliar se é o caso de oferecer algo a mais aos seus funcionários.

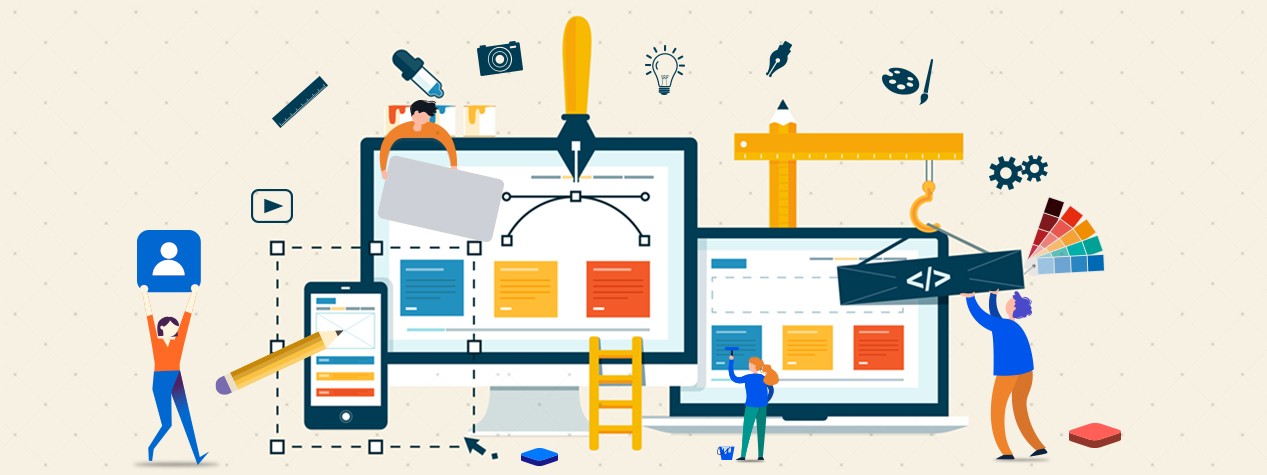
**ROI (Return on Investiment)**

**Uma das métricas mais importantes em qualquer negócio é o ROI (Return on Investiment), ou Retorno sobre Investimento, em português. E, por isso, separei um tópico só para ela.**

ROI trata-se de um indicador gerencial usado para saber qual foi o resultado financeiro de um investimento realizado. Ele pode ser positivo ou negativo, o ROI é indicado para situações de investimento em que existe uma correlação direta de entrada e saída. Se houver mais de uma entrada e mais de uma saída de recursos, os valores precisarão ser somados para permitir o cálculo da correlação.

**Esse indicador expressa a relação entre o valor que foi investido pela empresa em um produto, ação ou processo produtivo e o valor obtido em retorno. Com isso, é possível identificar se o investimento é rentável e, mais ainda, se as estratégias de marketing utilizadas estão trazendo os resultados esperados. Traduzindo em miúdos: o ROI avalia se um investimento valeu a pena.**

**Para calcular o retorno, é simples: basta subtrair o valor total do investimento do valor obtido com ele e dividir novamente pelo valor do investimento. O resultado obtido deve ser multiplicado por 100 para se chegar à porcentagem.**



Os indicadores de desempenho estão diretamente relacionados com as metas da empresa. Por isso, devem ser construídos de uma forma que ajudem o processo de gestão, com fácil mensuração e entendimento pela equipe.

Antes de mais nada, é preciso entender os aspectos do seu produto ou serviço que mais agregam percepção de valor aos clientes finais e, a partir daí, definir KPIs para medir metas realizáveis e realistas que entreguem esse valor.

**Depois, é só acompanhar com frequência a evolução dos indicadores e os resultados alcançados. Tente perceber se estão sendo eficazes no diagnóstico da situação e para a melhoria dos processos produtivos. Caso não estejam colaborando com o alcance das metas, construa um plano de ação, para contenção da não conformidades nos processos, se necessário altere os parâmetros ou crie novos indicadores sempre com base no mercado e bom senso de responsabilidade.**

**Este artigo foi desenvolvido por:**

**Renato Farias:**Especialista em prevenção de perdas, graduado em administração pela Universidade estadual vale do Acaraú, pós-graduado em MBA em excelência operacional pela Universidade de Fortaleza, Green Belt, Supervisor de prevenção de perdas na empresa, empreendimentos pague menos. Apaixonado por processos, entusiasta de inovação e criatividade.

