



STJ

Assessoria de  
Gestão Estratégica

TUTORIAL DE ELABORAÇÃO DE

# ANÁLISE CRÍTICA



STJ

Assessoria de  
Gestão Estratégica

TUTORIAL DE ELABORAÇÃO DE  
ANÁLISE  
CRÍTICA

1ª edição

## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## APRESENTAÇÃO

A cada quatro meses, temos a oportunidade de verificar como está o andamento de nossos trabalhos e a qualidade dos serviços que prestamos. É durante o ciclo quadrimestral de preparação dos relatórios dos desempenhos institucional e setoriais (RDS e RDI) que mensuramos os indicadores, avaliamos os resultados obtidos e propomos ações de melhoria.

Para aproveitar ao máximo esse momento tão importante, elaboramos um **Passo a Passo** para que os gestores desses indicadores tenham as ferramentas necessárias para preparar uma análise crítica de qualidade, que apoiará a tomada de decisão administrativa.

*Segundo a ISO 9001:2015, a Alta Administração deve analisar criticamente o sistema de gestão de desempenho institucional, a intervalos planejados, para assegurar sua contínua adequação, suficiência, eficácia e alinhamento com o direcionamento estratégico da organização.*

Seguindo essa linha de raciocínio, entendemos que a análise não se propõe apenas a averiguar o cumprimento da meta do indicador, mas também visa encontrar as razões que levaram ao resultado obtido e identificar os pontos falhos do processo de trabalho ou os esforços necessários para atingir um resultado positivo.

Para isso, é indispensável contar com a experiência do gestor do indicador, profissional essencial na execução desse trabalho, por ser o responsável em acompanhar o desempenho do indicador, analisar e compreender os dados,



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

buscar as causas, propor melhorias no processo de trabalho e comunicar ao responsável, tomador de decisão.

*Promover a análise e a interpretação dos dados é  
aspecto primordial para o processo decisório.*

Preparamos esse roteiro com sete passos para que o gestor possa elaborar análises críticas relevantes, eficientes e produtivas para despertar o interesse e embasar um tomador de decisão. Foi utilizado o exemplo do indicador “Divulgação da Estratégia”, da Assessoria de Gestão Estratégica – AGE para auxiliar na compreensão de cada um dos passos do roteiro. Esperamos que esse exemplo possa ser aproveitado para outros indicadores, mesmo que tenham diferentes periodicidades e formas de cálculo, entre outras características.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 1 – ENTENDIMENTO DO INDICADOR

Para elaborar uma análise crítica de qualidade, é imprescindível que o gestor conheça bem as características do indicador do qual é responsável. Informações do tipo “por que medir”, “onde medir”, “como medir” e “meta do indicador” devem ser conhecidas, entendidas e dominadas pelo gestor.

Todas essas informações básicas sobre cada um dos indicadores podem ser obtidas no sistema Stratej, na tela denominada “Informações básicas”, que equivale a “matriz de controle”.

Ao iniciar a análise crítica, recomenda-se que o gestor utilize tais dados para situar o leitor sobre o indicador que está sendo mensurado, mesmo que alguns desses dados estejam evidentes ao se observar gráficos que geralmente acompanham o texto.

Exemplo:

### Início da análise crítica - Passo 1

Indicador de periodicidade mensal que tem por objetivo acompanhar as matérias sobre a estratégia, publicadas nos diversos canais de comunicação do Tribunal. Sua meta é a divulgação de 10 notícias, ao mês.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

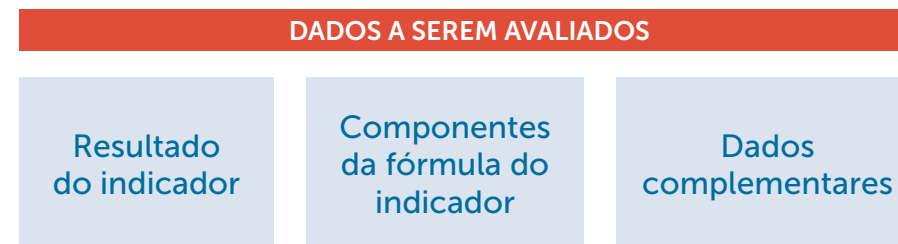
### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 2 – LEVANTAMENTO DE DADOS

Frequentemente, o gestor do indicador tem a tentação de focar a análise apenas em seu resultado, mas isso deve ser ultrapassado, pois é necessário que o gestor amplie seu escopo de pesquisa, buscando identificar outras informações que o auxiliarão durante a elaboração da análise crítica.

O resultado do indicador é muito importante, mas avaliar cada um dos valores que compõem a sua fórmula de cálculo é essencial no processo de compreensão do seu comportamento, no quadrimestre.

Na maioria das situações, esses dados ainda não são suficientes para elaborar uma análise crítica de qualidade, sendo necessário recorrer à experiência do gestor que aprofundará a pesquisa por meio de informações complementares, que o auxiliarão no entendimento das causas que levaram ao resultado do indicador.



Não é possível elencar, neste documento, quais seriam as informações complementares necessárias à análise de outros indicadores, pois cada um tem suas características próprias. Acreditamos que o exemplo abaixo deixará mais claro o potencial das análises.



**APRESENTAÇÃO**

**PASSO 1  
ENTENDIMENTO DO INDICADOR**

**PASSO 2  
LEVANTAMENTO DE DADOS**

**PASSO 3  
COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL  
COM A DO CICLO ANTERIOR**

**PASSO 4  
IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE  
LEVARAM AO RESULTADO DO  
INDICADOR**

**PASSO 5  
PROPOR AÇÕES PARA  
APRIMORAR O RESULTADO  
DO INDICADOR**

**PASSO 6  
INFORMAÇÕES ADICIONAIS**

**PASSO 7  
ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA**

Exemplo (continuação):

**2.1 Resultado do indicador**

Foram divulgadas 26 notícias relacionadas à estratégia do STJ, neste quadri-  
mestre.

**2.2 Compreendendo o resultado alcançado**

Informações úteis para  
elaboração das análises  
críticas dos Passos 3 e 4

**2.2.1 Valores que compuseram o resultado do indicador**

Tabela 1: Meta mensal e quantidade de notícias divulgadas

Mês	Meta	Quantidade de notícias
Janeiro	0	0
Fevereiro	10	2
Março	10	7
Abril	10	17
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>26</b>

**2.2.2 Informações complementares – Busca das causas do  
resultado alcançado**

Tabela 2: Quantidade de notícias, por unidade da AGE

Unidade responsável pela notícia	Quantidade de notícias
Gabinete da AGE	5
CPES	8
CDAD	5
CGEP	1
SCO	7



**APRESENTAÇÃO**

**PASSO 1  
ENTENDIMENTO DO INDICADOR**

**PASSO 2  
LEVANTAMENTO DE DADOS**

**PASSO 3  
COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL  
COM A DO CICLO ANTERIOR**

**PASSO 4  
IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE  
LEVARAM AO RESULTADO DO  
INDICADOR**

**PASSO 5  
PROPOR AÇÕES PARA  
APRIMORAR O RESULTADO  
DO INDICADOR**

**PASSO 6  
INFORMAÇÕES ADICIONAIS**

**PASSO 7  
ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA**

Tabela 3: Quantidade de notícias divulgadas, por canal de comunicação

Canais de comunicação	Quantidade de notícias
Intranet	14
Internet	5
Mídia Indoor	1
Jornal mural	6

Tabela 4: Assuntos divulgados, no quadrimestre

Temas abordados nas notícias
Alinhamento estratégico
Planejamento Estratégico
Gestão de riscos
Guias da estratégia
LGPD
Projetos estratégicos
Relatório de Gestão

Tabela 5: Quantidade de notícias divulgadas, no quadrimestre anterior e atual

	Mês	Meta	Total meta	Quantidade de Notícias	Total
Quadrimestre anterior	Setembro	10	40	14	64
	Outubro	10		16	
	Novembro	10		26	
	Dezembro	10		8	
Quadrimestre atual	Janeiro	0	30	0	26
	Fevereiro	10		2	
	Março	10		7	
	Abril	10		17	





## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 3 – COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

De posse de todos os dados importantes para a avaliação, já é possível seguir adiante na análise. Neste passo, o gestor deve comparar o resultado e a meta atuais do indicador, com os do quadrimestre ou do ano anterior, se for o caso. A periodicidade do indicador – semanal, quinzenal, quadrimestral, anual ou mesmo bianual – ajudará a determinar qual o melhor comparativo a ser feito.

Caso o resultado tenha melhorado ou piorado, é importante avaliá-lo, podendo-se demonstrar a variação ocorrida por meio percentual, o comparativo mais comum, procurando sempre a melhor forma de relatar, para que os gestores e demais interessados compreendam a situação encontrada.

Para nosso exemplo, utilizaremos os dados das Tabelas 1, 3 e 5, do **Passo 2**.

### Continuação análise crítica - Passo 3:

Neste quadrimestre, foram divulgadas 26 notícias relacionadas à estratégia do STJ (2 em fevereiro, 7 em março e 17 em abril), utilizando-se os canais de comunicação da Intranet, Internet, Jornal Mural e Mídia Indoor.

Ao comparar os valores obtidos neste quadrimestre com os do anterior, observou-se redução de 38 notícias. Essa diferença foi decorrente de três fatores:

- 1)** no mês de janeiro, não há publicação de novas notícias (meta 0);
- 2)** desobrigação de publicar notícias sobre a produção do Tribunal, enquanto durou o trabalho remoto;
- 3)** finalização da divulgação das Pílulas sobre a LGPD.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 4 – IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

Terminada a primeira parte da análise, é hora de identificar as causas que levaram ao resultado do indicador, mesmo quando está em situação ótima. Para isso, teremos que utilizar os dados previamente levantados no Passo 2. Caso sejam necessárias outras informações, o gestor deverá realizar novo levantamento neste momento.

Em nosso exemplo, utilizaremos os dados das Tabelas 2, 3 e 4, do Passo 2. Lembrando que o objetivo é buscar compreender as causas de não termos conseguido elaborar e divulgar 30 notícias, no quadrimestre, que era a meta almejada.

Após análise, chegamos às seguintes causas:

- ◆ 3 matérias foram encaminhadas para a divulgação em data próxima ao final do quadrimestre, não sendo possível a publicação dentro do mês de abril;
- ◆ Foram identificados temas que deveriam ter sido divulgados, mas perderam o momento certo para a divulgação;
- ◆ Dificuldade de acompanhar as matérias divulgadas no canal de comunicação Mídia Indoor.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

#### Continuação análise crítica - Passo 4:

Com o objetivo de propor ações de melhorias no processo de divulgação das notícias da AGE, foram identificadas as seguintes situações que levaram ao não atingimento da meta do indicador, neste quadrimestre:

- ◆ 3 matérias foram encaminhadas para a divulgação em data próxima ao final do quadrimestre, não tendo sido possível a publicação dentro do mês de abril;
- ◆ Foram identificados temas que deveriam ter sido divulgados, mas perderam o momento certo para a divulgação;
- ◆ Dificuldade de acompanhar as matérias divulgadas no canal de comunicação Mídia Indoor.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 5 – PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

Esse realmente é um passo bem relevante e quiçá o mais importante. E, para gestores que questionam se é necessário elaborar ações para melhorar o resultado de indicador que já está em situação ótima, afirmamos que sim.

Nossa orientação tem sido no sentido de criar plano de ação para indicador que está em situação aceitável ou crítica. No entanto, nada impede, e inclusive é aconselhável, a definição de ações de melhoria para o indicador que, apesar de estar em situação ótima, ainda apresenta possibilidades de aperfeiçoamento no processo de trabalho. **Por isso, a importância de se levantar as causas, mesmo quando o indicador está no verdinho (como chamamos amigavelmente).**

A título de exemplo, podemos citar o caso de um indicador do STJ que mede a satisfação dos serviços prestados por uma unidade.

Temos observado que, apesar de ele estar frequentemente em situação ótima, a quantidade de respostas é pequena, se a compararmos com a quantidade de serviços prestados pela unidade.

Daí, pergunta-se:

- ◆ Será que se houver um grupo maior de respondentes, o indicador continuará bem?
- ◆ Quais são os serviços mais avaliados?
- ◆ Será que existem serviços abrangidos pela pesquisa que não foram avaliados durante a pesquisa?



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

Outras perguntas podem ser feitas pelo gestor experiente, durante o **Passo 2**, para levantamento de dados. No nosso caso, já conseguimos identificar ações que podem ser propostas para melhorar o indicador ou mesmo, a estratégia de divulgação da pesquisa, para o público que não a tem respondido.

#### 5.1 O que já foi feito para melhorar os resultados do indicador?

Antes de elaborar o plano de ação (corretiva ou de melhoria), precisamos saber se há ações relacionadas ao indicador que foram ou estão sendo executadas pela unidade.

Apesar de não ser o cenário ideal, é possível que nenhuma ação ou projeto tenha sido executado. Igualmente, pode ser que existam planos de ação em execução, que não terminaram ainda e que precisam de mais tempo para serem finalizados, e não há problema nenhum nisso.

O importante é listar tudo que foi feito para impactar o indicador, pois isso fornecerá um panorama completo dos esforços da unidade. **Essa é a hora de avaliar a eficácia das ações executadas** e mostrar também o que já foi tentado ou não, possibilitando, então, a proposição de novas ações, se for o caso.

#### Continuação análise crítica - Passo 5.1:

É importante esclarecer que a AGE tem acompanhado de perto o andamento desse indicador. Assim, todo dia 15 do mês, a gestora do indica-



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

dor informa ao titular da unidade quantas matérias já foram divulgadas durante o quadrimestre, para que ele verifique com os coordenadores os assuntos que ainda não foram divulgados, estipulando prazo para o encaminhamento à SCO.

## 5.2 Definição de ações corretivas e de melhoria

Como já tratado no início desse passo, é importante que o gestor proponha ações corretivas ou de melhoria, que tenham o propósito de aprimorar o processo de trabalho relacionado ao indicador. Caso julgue necessário, sugere-se incluir na análise crítica a definição dos recursos humanos, materiais ou orçamentários necessários à execução das ações propostas.

Após aprovação na Reunião de Análise Estratégica – RAE ou em Reunião de Análise Tática - RAT, as ações serão incluídas no plano de ações da unidade responsável pelo indicador, para que possam ser monitoradas.

**IMPORTANTE:** *As causas levantadas no Passo 4 servem de referência para a elaboração da proposta de ações corretivas ou de melhoria.*

Seguindo nosso exemplo, foram identificadas as seguintes causas:

- ◆ 3 matérias foram encaminhadas para a divulgação em data próxima ao final do quadrimestre, não tendo sido possível a publicação dentro do mês de abril;
- ◆ Identificação de temas que não foram divulgados;



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

- ◆ Dificuldade de acompanhar as matérias divulgadas no canal de comunicação Mídia Indoor.

#### Continuação análise crítica - Passo 5.2:

Pelo exposto, propõem-se as seguintes ações de melhoria para o indicador:

- ◆ entrar em contato com a SCO, para saber qual o prazo de envio de matéria, para publicação no mesmo mês;
- ◆ quando for informar ao titular da unidade sobre o quantitativo de notícias divulgadas no quadrimestre, incluir os temas abordados por elas;
- ◆ mensalmente, solicitar à SCO a relação das notícias da AGE que foram divulgadas no canal Mídia Indoor.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

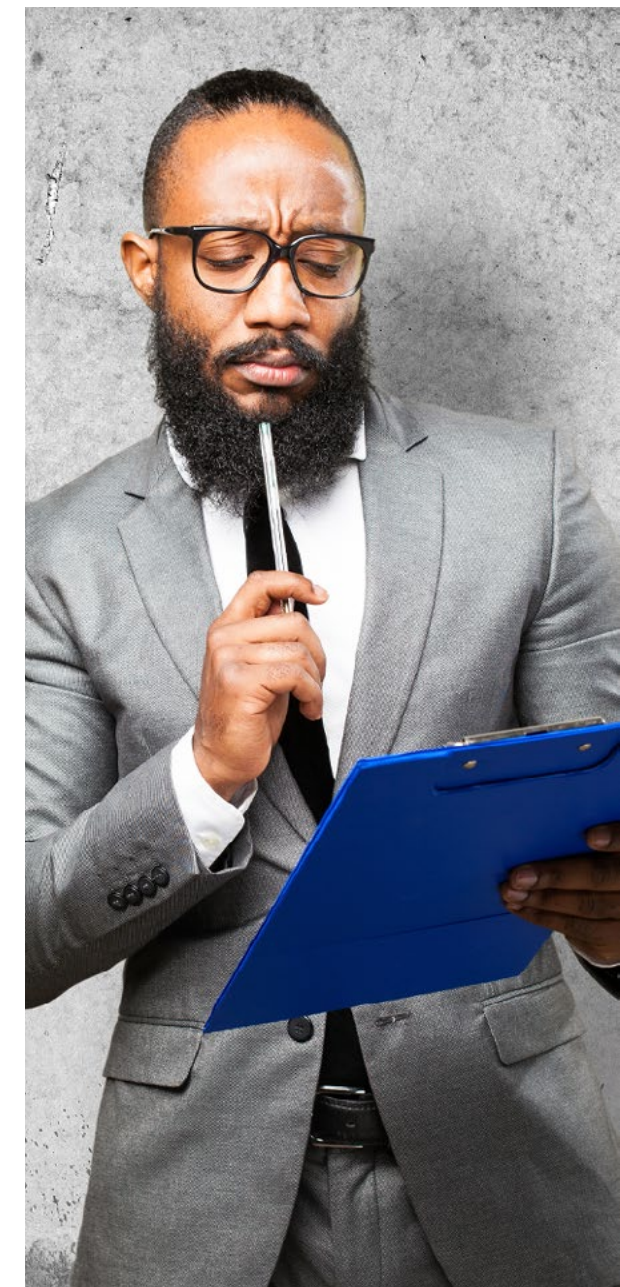
### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 6 – INFORMAÇÕES ADICIONAIS

Caso o gestor entenda que é necessário alterar a meta ou a fórmula do indicador ou mesmo excluir o indicador, essas propostas devem ser inseridas na análise crítica, para deliberação em RAE ou RAT.

Da mesma forma como foram coletadas as informações no **Passo 2**, usadas para esclarecer o resultado alcançado pelo indicador, neste passo é primordial explicar o porquê da mudança proposta, baseando-se em fatos, históricos e comparativos.





## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

## PASSO 7 – ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

Depois de passar pelas etapas anteriores, chegou a hora de elaborar a análise crítica final. Durante nosso roteiro, fomos propondo partes do texto da análise crítica, em cada passo, mas quando você for “colocar a mão na massa”, provavelmente, fará a análise crítica de uma vez só.

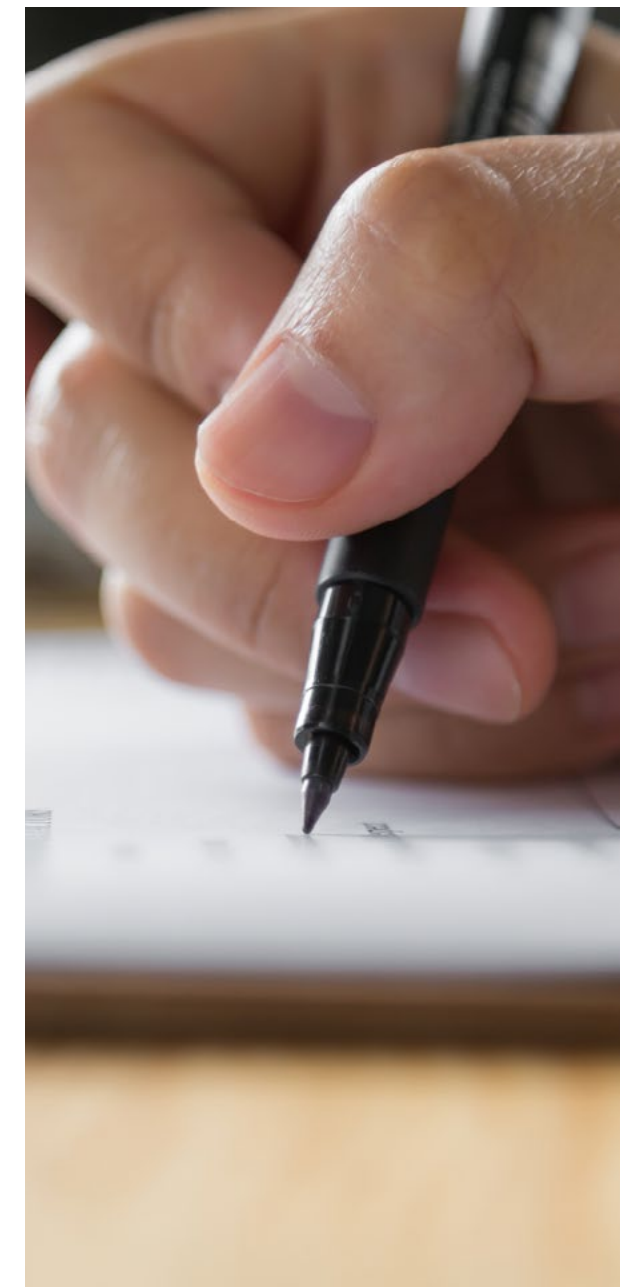
Se o gestor seguir cada um dos passos descritos, com certeza, fará uma análise crítica de grande relevância para o tomador de decisão e contribuirá para que o monitoramento da execução da estratégica e o processo do alinhamento estratégico atendam aos seus objetivos. Espera-se que, dessa maneira, tanto a sua unidade quanto o Tribunal alcancem os resultados almejados.

Vamos então compilar e, se necessário, ajustar os pedacinhos de análises críticas elaborados até agora? Quando estiver pronto, acesse o **tutorial** que o auxiliará a lançar análise crítica no Stratej.

### Análise crítica do indicador “Divulgação da Estratégia” (AGE)

Indicador de periodicidade mensal que tem por objetivo acompanhar as matérias sobre a estratégia, publicadas nos diversos canais de comunicação do Tribunal. Sua meta é a divulgação de 10 notícias, ao mês.

Neste quadrimestre, foram divulgadas 26 notícias relacionadas à estratégia do STJ (2 em fevereiro, 7 em março e 17 em abril), utilizando-se os canais de comunicação da Intranet, Internet, Jornal Mural e Mídia Indoor.



## APRESENTAÇÃO

### PASSO 1 ENTENDIMENTO DO INDICADOR

### PASSO 2 LEVANTAMENTO DE DADOS

### PASSO 3 COMPARAR A SITUAÇÃO ATUAL COM A DO CICLO ANTERIOR

### PASSO 4 IDENTIFICAR AS RAZÕES QUE LEVARAM AO RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 5 PROPOR AÇÕES PARA APRIMORAR O RESULTADO DO INDICADOR

### PASSO 6 INFORMAÇÕES ADICIONAIS

### PASSO 7 ELABORAR ANÁLISE CRÍTICA

Ao comparar os valores obtidos neste quadrimestre com os do anterior, observou-se redução de 38 notícias. Essa diferença decorreu de três fatores:

- 1) no mês de janeiro, não há publicação de novas notícias (meta 0);
- 2) desobrigação de publicar notícias sobre a produção do Tribunal, enquanto durou o trabalho remoto;
- 3) finalização da divulgação das Pílulas sobre a LGPD.

Com o objetivo de propor ações de melhorias no processo de divulgação das notícias da AGE, foram identificadas as seguintes situações que levaram ao não atingimento da meta do indicador, neste quadrimestre:

- ◆ 3 matérias foram encaminhadas para a divulgação em data próxima ao final do quadrimestre, não tendo sido possível a publicação dentro do mês de abril;
- ◆ Foram identificados temas que deveriam ter sido divulgados, mas perderam o momento certo para a divulgação;
- ◆ Dificuldade de acompanhar as matérias divulgadas no canal de comunicação Mídia Indoor.

É importante esclarecer que a AGE tem acompanhado de perto o andamento desse indicador. Assim, todo dia 15 do mês, a gestora do indicador informa ao titular da unidade quantas matérias já foram divulgadas durante o quadrimestre, para que ele verifique com os coordenadores os assuntos que ainda não foram divulgados, estipulando prazo para o encaminhamento à SCO.

Dessa forma, propõem-se as seguintes ações de melhoria para o indicador:

- ◆ entrar em contato com a SCO, para saber qual o prazo de envio de matéria, para publicação no mesmo mês;
- ◆ quando for informar ao titular da unidade sobre o quantitativo de notícias divulgadas no quadrimestre, incluir os temas abordados por elas;
- ◆ mensalmente, solicitar à SCO a relação das notícias da AGE que foram divulgadas no canal Mídia Indoor.

Acredita-se que, com a implementação dessas ações, o resultado melhore no próximo ciclo avaliativo.



**STJ**

Assessoria de  
Gestão Estratégica

Edifício da Administração - 3º andar

Fone: 3319-8831 / 8833

[age@stj.jus.br](mailto:age@stj.jus.br)