



# RELATÓRIO TÉCNICO

## *Pesquisa de Conhecimento da Estratégia - 2022*

Relatório Técnico que trata da análise dos dados obtidos por meio da aplicação de questionário de autoavaliação elaborado pela equipe da Coordenadoria de Planejamento Estratégico e encaminhada a todos os colaboradores do STJ, em novembro de 2022. Buscou-se compreender o nível de conhecimento da Missão, Visão, Valores, Objetivos, Indicadores e Iniciativas estratégicos, bem como se os colaboradores sabiam identificar qual sua contribuição para a estratégia do Tribunal. Os resultados descritos neste relatório sugerem necessidade de maior disseminação de conhecimento sobre os objetivos, indicadores e iniciativas estratégicos. Ao final, foram propostas ações para induzir melhorias nas situações encontradas.

Março/2023



## Sumário

1. Introdução .....	2
2. Análise das recomendações do relatório de 2019 .....	3
3. Ferramentas utilizadas na pesquisa .....	4
3.1. Formulário.....	4
3.2. Estratégias de divulgação .....	4
3.2.1. Intranet.....	4
3.2.2. Jornal Mural .....	4
3.2.3. Mala direta .....	5
4. Análise do perfil do respondente .....	6
5. Resultado geral .....	9
6. Resultado segmentado .....	10
7. Análise das respostas às questões abertas .....	11
8. Conclusão.....	15
Anexo A - Questionário aplicado .....	17

## 1. Introdução

O presente relatório tem por objetivo analisar os dados colhidos com a aplicação da **Pesquisa de Conhecimento da Estratégia**, realizada no período de 29 de novembro a 13 de dezembro de 2022. Essa pesquisa mensura o indicador setorial Conhecimento da Estratégia, medido anualmente no Painel de Contribuição do alinhamento estratégico na Assessoria de Gestão Estratégica - AGE.

A primeira mensuração, utilizada como linha de base, ocorreu em **2015** e obteve 44,6% de índice conhecimento do plano entre os respondentes. Na ocasião, também participaram os servidores da própria AGE, unidade responsável pela pesquisa. A partir daí, projetou-se a meta de crescimento de 5% ao ano até alcançar 70% de conhecimento, ao final de 2020. Contudo, após análise dos resultados, acordou-se que os colaboradores da AGE não deveriam participar da pesquisa para evitar distorção nos dados.

Dessa forma, no 2º ano de medição - **2016**, o grau de conhecimento foi de 30,5%, redução no percentual em relação a 2015 atribuída à não participação dos servidores da AGE, a algumas mudanças no questionário e à vigência do plano estratégico 2015-2020. Propôs-se, então, o ajuste da meta, desdobrada com aumento de 5% ao ano, chegando a 55% em 2020.

Em **2017**, ocorreu um aumento discreto no grau de conhecimento da estratégia, que alcançou o índice de 33,55%. O resultado reforçou a necessidade de ampliação das campanhas de divulgação.

Medidas de disseminação da estratégia foram tomadas e, em **2018**, foi alcançado o índice de 40,36%, que aumentou para 42,81% em **2019**. Diante de tais resultados, foi proposta revisão das metas para a vigência do Plano Estratégico STJ 2021-2026, que passou a ser de 45%.

Nos anos de **2020** e **2021**, devido à pandemia Covid-19, não houve pesquisa para levantamento de dados de conhecimento da estratégia, a qual foi retomada somente em **2022**.

Diante do exposto, o relatório em tela apresenta os resultados aferidos na pesquisa daquele ano, com as respectivas análises, bem como sugestões de melhoria e medidas para o impulsionamento do indicador.

## 2. Análise das recomendações do relatório de 2019

N.	Recomendação	Análise
1	Manter a população pesquisada em 2019, com servidores, estagiários e prestadores de serviço, excluindo os colaboradores da Assessoria de Gestão Estratégica.	Optou-se por restringir a participação apenas da equipe da Coordenadoria de Planejamento Estratégico - CPES e não da AGE como um todo, tendo em vista que houve alteração significativa de força de trabalho na unidade entre 2019 e 2022.
2	<p>Para facilitar a consolidação dos resultados, realizar os seguintes ajustes no formulário da pesquisa de 2020:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Alterar o campo Lotação Atual, por uma caixa de pesquisa, com as lotações das unidades em nível CJ3.</li> <li>• Adicionar a questão: área de atuação: opções – “área meio (administrativa) / área fim (judicante)”.</li> <li>• Utilizar o recurso “validar e-mail” disponível no Google Forms, incluindo uma regra que todo endereço de e-mail deverá ter a terminação “@stj.jus.br”.</li> </ul>	<p>Em 2022, a ferramenta <i>Google Forms</i> foi substituída pelo <i>Microsoft Forms</i>, que possui configuração diferente da anterior, inviabilizando a adoção da regra de e-mail sugerida.</p> <p>Quanto à lotação, foi decidido utilizar apenas as opções “judicante” e “administrativa”, sem identificação da unidade em que o respondente estivesse lotado, a fim de deixar os participantes da pesquisa mais livres para se manifestar.</p>
3	Buscar novas opções de prêmios que atraiam mais participação dos colaboradores.	Não houve oferecimento de prêmio para os respondentes nesta edição da pesquisa.
4	Criar malas diretas específicas para os gestores, incentivando suas participações e dos integrantes de suas equipes.	Não realizado.
5	Esclarecer no texto da mala direta, que se trata de uma pesquisa anual.	Como decidiu-se pela realização bianual da pesquisa na vigência do Plano STJ 21-26, essa ação foi descartada.
6	Apesar de desafiadora, manter a meta em 50%.	Considerando que os resultados até então não haviam chegado ainda em 50%, na vigência do Plano STJ 21-26 decidiu-se por um desdobramento mais realista, passando de 45% em 2022 para 60% em 2026.
7	Para o próximo plano estratégico, considerar a possibilidade de realização da pesquisa de conhecimento da estratégia a cada dois anos.	Acatado.

Quadro 1 – Análise das recomendações do relatório de 2019

### 3. Ferramentas utilizadas na pesquisa

#### 3.1. Formulário



Devido ao fomento interno no STJ para utilização das ferramentas disponíveis no pacote Office 365, nesta edição foi utilizada a ferramenta *Microsoft Forms* para aplicação do questionário da pesquisa, que também possui fácil uso e possibilidade de preenchimento utilizando diversas plataformas operacionais como computadores, *tablets* e *smartphones*.

A principal desvantagem quanto ao uso da ferramenta está relacionada à necessidade de “login” na rede STJ antes do preenchimento da pesquisa. Além disso, para alguns usuários, é preciso o acesso à ferramenta *Microsoft Authenticator*. Essas configurações prévias podem desestimular alguns usuários a participarem da pesquisa. O modelo do formulário disponibilizado neste ano está disponível no Anexo I deste relatório.

#### 3.2. Estratégias de divulgação

##### 3.2.1. Intranet

Foi realizada divulgação na Intranet do STJ, no boletim Conexão STJ, em 5/12/2022. Um reforço do convite à participação na pesquisa foi realizado em 13/12/2022, porém, a referida matéria teve baixo número de exibições:

Notícia	Número de exibições
 <p>O que você sabe sobre a estratégia do Tribunal? stjus.sharepoint.com O Superior Tribunal de Justiça (STJ) convida todos os magistrados, servidores, estagiários e terceirizados a participarem de uma enquete virtual para saber sua opinião sobre a missão, a visão e os objetivos atuais do Tribunal e sobre os indicadores...</p>	<p>82 <i>(aferido em 19/12/2022)</i></p>
 <p>Hoje é o último dia para dar a sua opinião sobre a estratégia adotada no STJ stjus.sharepoint.com O Superior Tribunal de Justiça (STJ) convida magistrados, servidores, estagiários e terceirizados a participarem de uma enquete virtual para saber o que pensam sobre a missão, a visão e os objetivos atuais do Tribunal, além dos indicadores e iniciat...</p>	<p>14 <i>(aferido em 19/12/2022)</i></p>

Quadro 2 – Notícias da Intranet

##### 3.2.2. Jornal Mural

Houve ainda a divulgação no Jornal Mural, sem QR Code, visto que na edição anterior da pesquisa esse recurso não havia sido efetivo. A mensagem foi disponibilizada na semana de 5 a 9/12/2022, conforme imagem que se segue:



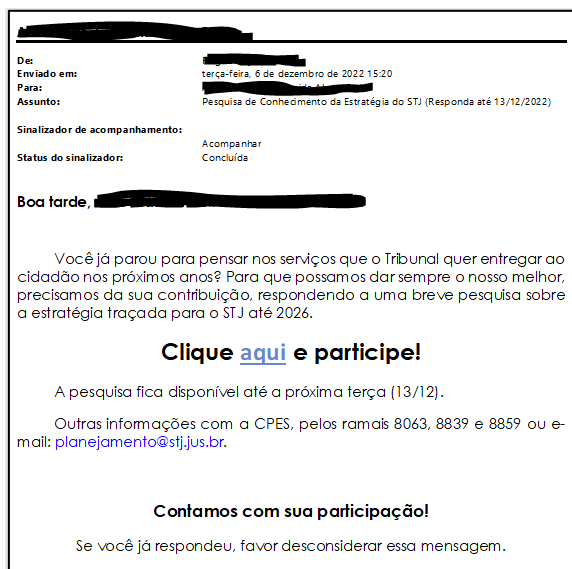
Quadro 3 – Notícia do Jornal Mural

### 3.2.3. Mala direta

Em 2022, não houve sorteio de brinde como atrativo para os respondentes, porém, o envio de *e-mail* personalizado, por meio de mala direta, foi um grande motivador para a participação na pesquisa.

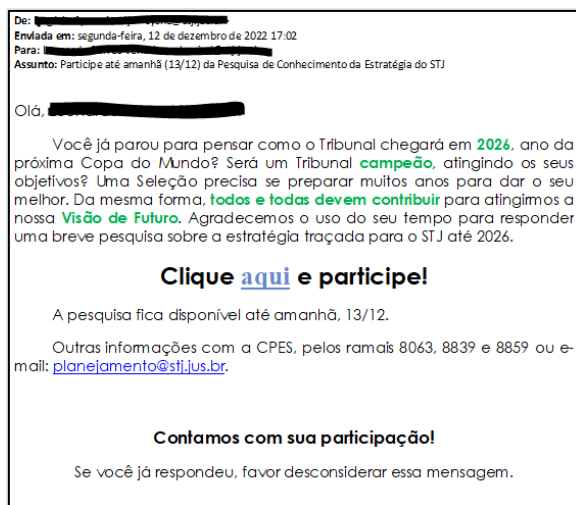
Assim como em 2019, foram enviadas duas malas diretas ao público-alvo: servidores, terceirizados e estagiários. A primeira foi encaminhada no dia (6/12/2022), a fim de reforçar a divulgação inicial, realizada pela intranet, no Conexão STJ, e pelo Jornal Mural. Houve um salto de mais de 100 respostas ao formulário.

Segue cópia do e-mail enviado na primeira mala direta:



Quadro 4 – Primeira Mala Direta

No dia (12/12/2022), foram disparados novos *e-mails* e, outra vez, mais de 100 respostas foram efetuadas após o recebimento das mensagens.

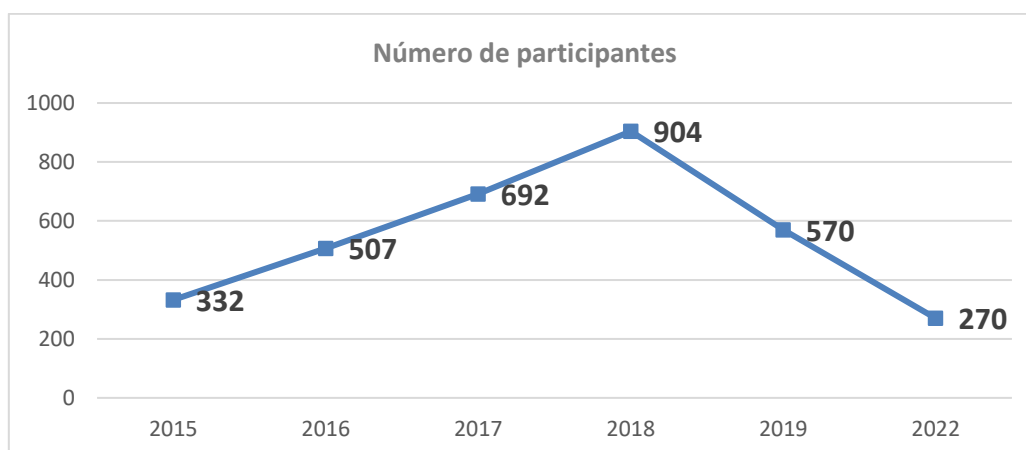


Quadro 5 – Segunda Mala Direta

Essa portanto, foi a forma mais efetiva de divulgação observada, confirmando a tendência das edições anteriores da pesquisa de conhecimento da estratégia.

#### 4. Análise do perfil do respondente

Neste ano, foram obtidas 270 respostas, número significativamente inferior ao obtido em outros anos de realização da pesquisa, representando apenas 5,24% do público-alvo:



Quadro 6 – Número de participantes, por pesquisa

Tipo	Amostra	População	% de participação
Servidores	262	3217	8,14%
Estagiários	5	260	1,92%
Terceirizados	3	1678	0,18%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>5155</b>	<b>5,24%</b>

Quadro 7 – Percentual de participantes, por tipo de colaborador

Houve participação quase integralmente de servidores, que representaram 97% dos respondentes. Não houve participação de magistrados nessa edição.

Apesar do número de estagiários participantes ter sido baixo, vale comentar que houve uma pesquisa anterior em 2022, em formato de *quiz*, realizada pela Secretaria de Gestão de Pessoas - SGP e direcionada a esse público, em que foram incluídas duas questões sobre a estratégia do Tribunal, com excelente participação daquele público-alvo, tendo sido apurados 87,28% de conhecimento da missão do Tribunal e 91,33% da visão do STJ para 2026.

Com relação ao grupo de terceirizados, a participação é bem inferior, assim como em outras edições da pesquisa, pois grande parte do público que se enquadra nessa população não tem acesso a computador no desempenho de suas atribuições, como, por exemplo, os empregados de serviço de copa, limpeza e mensageria. De qualquer forma, percentualmente, foi a menor participação de terceirizados observada nas 6 edições da pesquisa em questão.

Inferese-se que o resultado tão destoante deste ano em relação às demais edições da pesquisa de conhecimento da estratégia tenha sofrido influência das restrições da pandemia Covid-19, visto que, por praticamente dois anos, as pessoas precisaram ficar isoladas, trabalhando quase exclusivamente em formato remoto e, portanto, menos tolerantes de uma forma geral.

Ademais, reforça-se hipóteses apresentadas na análise de 2019, como o fato de os participantes entenderem que já participaram da pesquisa em anos anteriores e assim não precisarem responder ao questionário mais uma vez. Além disso, o não oferecimento de premiação para os respondentes é outro fator a se considerar para a redução da quantidade de respostas.

Cabe ressaltar que, nessa edição da pesquisa, não foram realizados levantamentos da faixa etária dos respondentes e nem sobre cargos gerenciais, como ocorreu em edições anteriores.

Ao analisar o tempo de trabalho no STJ, conforme dados abaixo, percebe-se que não há um equilíbrio entre o número de participantes entre as faixas “de até 3 anos”, “de 3 a 10 anos” e “mais de 10 anos”. Fica claro, entretanto, que a grande maioria possui mais de 10 anos de Casa, correspondendo a 64,07% dos respondentes da pesquisa.

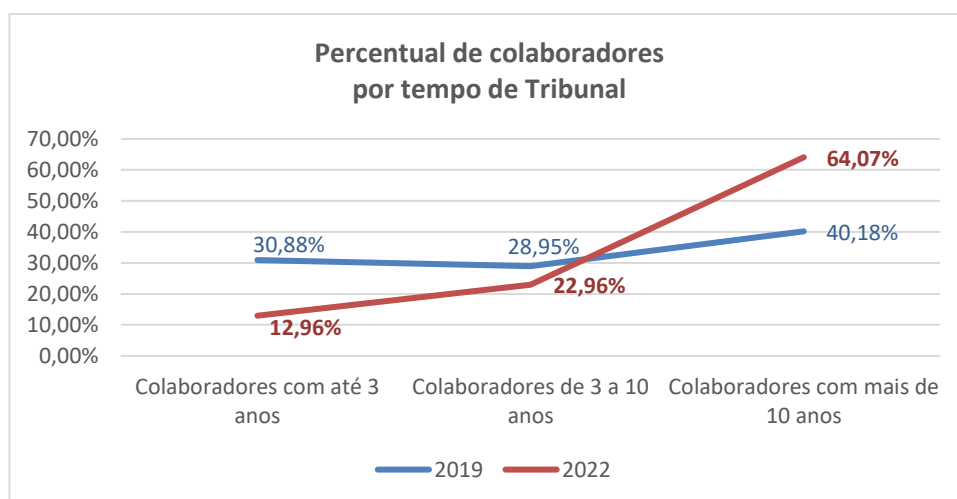


Tempo no STJ	Amostra	% de participação
Até 3 anos	35	12,96%
De 3 a 10 anos	62	22,96%
Mais de 10 anos	173	64,07%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

Quadro 8 – Tempo de serviço no STJ

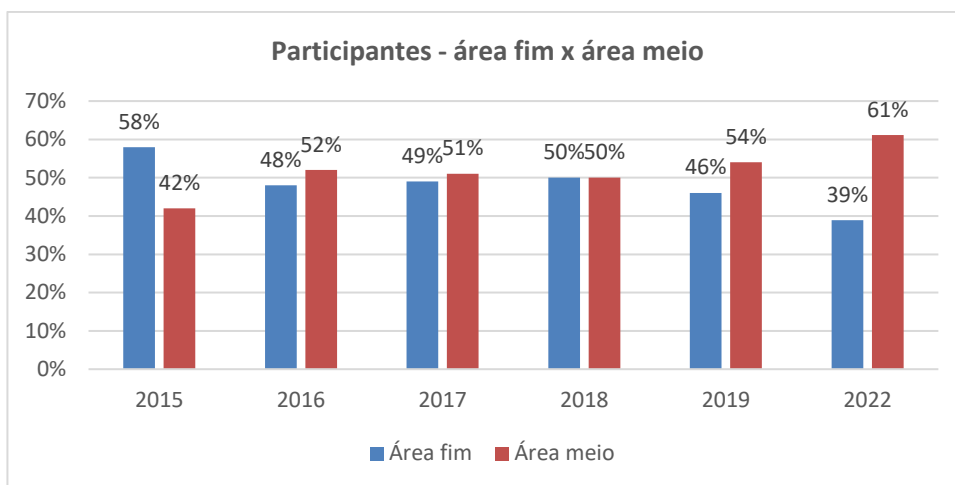
Essa constatação confirma a tendência observada em 2019 (pesquisa anterior), quando a maior quantidade de participantes também foi de colaboradores mais antigos.

Comparando-se os percentuais apurados em 2022 com os de 2019, observa-se redução significativa na participação de servidores novos no STJ, indicando uma oportunidade de maior divulgação da estratégia institucional para esse público específico.



Quadro 9 – Percentual de colaboradores por tempo de Tribunal

O número de participações das áreas fim e meio manteve equilíbrio entre os anos de 2016 e 2019, conforme ilustra o gráfico. Apenas no primeiro ano de aplicação da pesquisa (2015) houve predominância de participantes da área fim. De forma inversa, na edição de 2022, a maior parte dos respondentes foi da área meio.

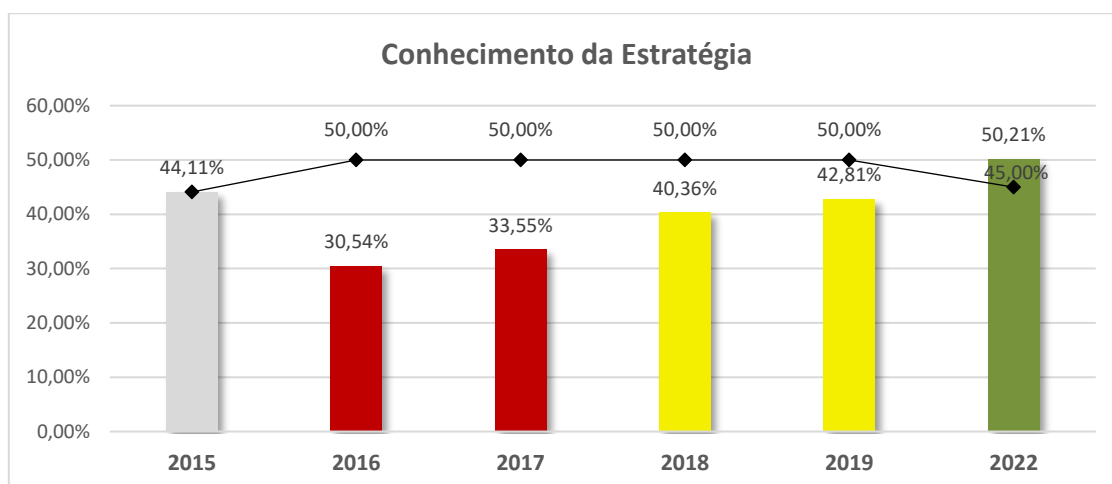


Quadro 10 – Percentual de participações nas áreas fim e meio

Tal resultado sugere uma necessidade de maior sensibilização dos colaboradores da área fim para com a gestão estratégica do Tribunal.

## 5. Resultado geral

A mensuração do indicador de conhecimento da estratégia do STJ apresenta a seguinte série histórica:



Quadro 11 – Percentual geral de conhecimento da estratégia

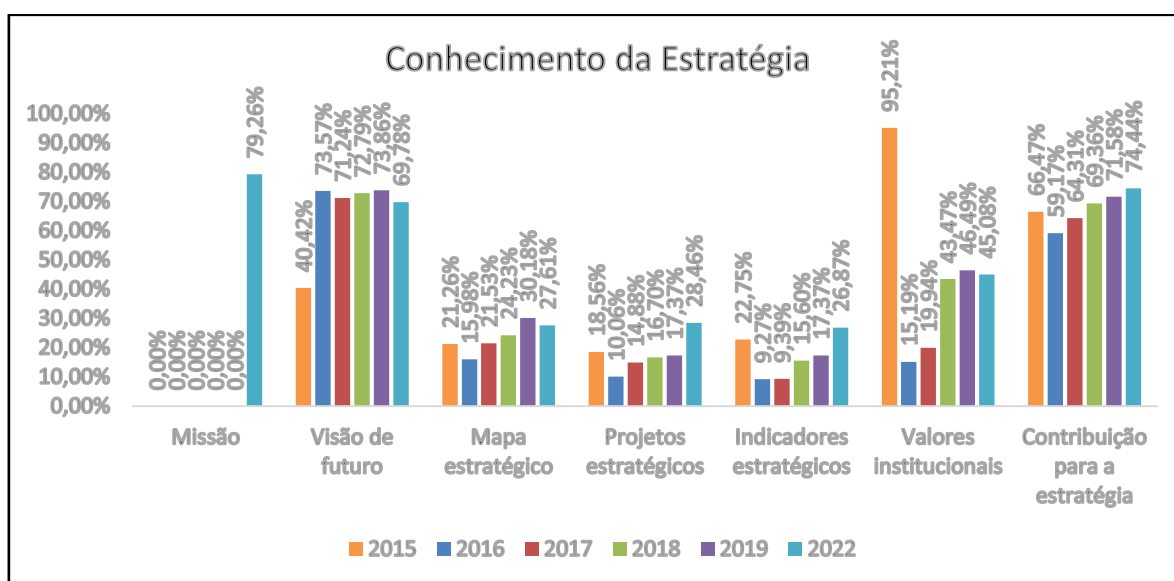
Conforme pode ser observado no gráfico, o percentual mensurado em 2022 superou pela primeira vez a meta estabelecida para o período, que era de 45%, alcançando-se o resultado de 50,21%, situação considerada “ótima” de acordo com os

parâmetros adotados pela gestão estratégica do STJ. A primeira edição da pesquisa, realizada em 2015, foi considerada linha de base. No ano seguinte, o resultado ficou “crítico”, e entre 2017 e 2019, o resultado foi considerado “aceitável”.

Ressalta-se que, entre os anos de 2021 e 2022 (período em que não houve pesquisa devido à pandemia do covid-19), houve muitas ações para divulgação do **Plano Estratégico STJ 2021-2026**, visto tratar-se de novo planejamento estratégico, alinhado à Estratégia Nacional do Poder Judiciário para o mesmo período. Portanto, infere-se que tais ações surtiram o efeito desejado, influenciando de forma positiva no resultado da pesquisa.

## 6. Resultado segmentado

Análise mais apurada dos resultados, pode ser realizada a partir do gráfico abaixo, que apresenta os percentuais de conhecimento da estratégia por tema.



Quadro 12 – Percentual segmentado de conhecimento da estratégia

Inicialmente, é importante destacar que foi a primeira vez em que se questionou sobre o conhecimento da **missão** do Tribunal. O resultado (79,26%) demonstrou, por sua vez, que esse é o tema que os respondentes mais conhecem, provavelmente porque se trata da “razão de ser” do STJ. Como a missão de um órgão público costuma ser perene e, no caso do STJ, ainda é constitucional, o alto índice apurado se justifica e demonstra que esse aspecto dispensa priorização em novas ações de divulgação da estratégia.

Já a **visão de futuro**, que no levantamento inicial, realizado em 2015, apontou baixo conhecimento, manteve-se na casa dos 70% nos anos seguintes, e voltou a baixar nessa última pesquisa, de 2022, mas ainda muito próximo de 70%. Ações como a elaboração de vídeo específico e a vasta divulgação em diversas reuniões e eventos promovidos pela Assessoria de Gestão Estratégica – AGE devem impactar de forma positiva nesse item.

**Mapa estratégico, projetos e indicadores**, aspectos mais técnicos da estratégia institucional, ainda são os que demandam maior conhecimento e mais ações de comunicação. Ressalta-se, entretanto, que houve melhoria significativa dos itens projetos e indicadores, em relação ao levantamento de 2019.

Especialmente em relação aos **valores**, a pesquisa de 2015 utilizada como linha de base, mostrou que o instrumento de coleta necessitava de calibragem, visto que o resultado foi muito destoante em relação aos demais. Os ajustes foram realizados e, nas edições seguintes da pesquisa, verificou-se que as alterações foram adequadas e os resultados mais próximos da realidade.

A linha crescente de conhecimento da **contribuição das unidades** para a estratégia institucional pode ser explicada pelas ações do alinhamento estratégico, projeto que visa desdobrar as principais diretrizes do Tribunal para os níveis tático e operacional, e que tem apresentado bons resultados.

## 7. Análise das respostas às questões abertas

Nesta pesquisa, foram incluídas cinco questões abertas, com preenchimento não obrigatório:

**Questão 8** – Cite o nome de objetivos estratégicos do STJ que conhece.

**Questão 10** – Cite o nome de ações, projetos e programas estratégicos que conhece.

**Questão 12** - Cite o nome dos indicadores estratégicos que conhece.

**Questão 14** – Cite os valores dos quais se recorda.

**Questão 16** – Descreva sua principal contribuição para favorecer o cumprimento da estratégia do STJ.

Para analisar as respostas às perguntas subjetivas, adotou-se a seguinte metodologia:

- 1) Extraíu-se os dados do *Microsoft Forms*, em forma de planilha;
- 2) Uma vez que o formulário permitia mais de uma resposta para cada pergunta, foi necessário individualizar as respostas;
- 3) Em seguida, correlacionaram-se as respostas obtidas com os nomes dos objetivos, iniciativas, indicadores e valores estratégicos;
- 4) Por fim, agruparam-se as respostas iguais, para calcular o número de ocorrências de cada resposta.

Para os **objetivos estratégicos** (questão n. 8) foram colhidas 179 respostas válidas, com destaque para “Promover a cidadania”, que obteve 44,13% das manifestações. Na sequência, foram citados os objetivos “Valorizar as pessoas” e “Fortalecer a imagem e a transparência institucional”.

O quadro a seguir elenca os 10 objetivos estratégicos mais citados:

Objetivos Estratégicos	Número de Ocorrências
Promover a cidadania	79
Valorizar as pessoas	73
Fortalecer a imagem e a transparência institucional	47
Buscar agilidade e produtividade na prestação jurisdicional	37
Aprimorar a governança institucional	34
Intensificar o uso de tecnologias da informação	32
Aperfeiçoar a gestão orçamentária e financeira	29
Consolidar o sistema de precedentes qualificados	27
Prevenir litígios	27
Oferecer serviços com qualidade	24

*Quadro 13 – Dez objetivos estratégicos mais citados na pesquisa*

Ressalta-se que o mapa estratégico do Plano STJ 2021-2026 possui **10** objetivos estratégicos, dos quais **9** estão entre os Top 10. O objetivo que ficou na 10ª posição estava presente no planejamento anterior, o que justifica sua lembrança pelos respondentes. Ficou ausente entre os dez mais citados o objetivo “Priorizar o julgamento de processos de corrupção e improbidade administrativa”, que teve apenas 15 citações entre as 623 manifestações contidas nas 179 respostas consideradas para esta questão.

Já a questão n. 10, voltada ao conhecimento das **iniciativas estratégicas** (ações, projetos e programas), a análise foi feita por meio das 168 respostas dos participantes. Considerando que era possível citar mais de uma iniciativa, foram mencionados 441

nomes diferenciados, dos quais 208 correspondiam às iniciativas estratégicas (47,17%) e 233 não tinham nenhuma relação com as iniciativas do portfólio estratégico.

As dez iniciativas mais citadas foram:

Iniciativas estratégicas	Número de Ocorrências
Justiça WEB	15
ESocial no STJ	12
Aprimoramento do Sistema de Gestão de Pessoas (iSGP)	11
E-Juris	9
Implementação da LGPD	9
Atendimento STJ na Era Virtual	8
Plano de Transformação Digital	7
Arquivo Documental	6
Julgamento Eletrônico	5
Judiciária WEB	4

Quadro 14 – Dez iniciativas estratégicas mais citadas na pesquisa

Atualmente, o portfólio estratégico encontra-se com 79 iniciativas, as quais têm tido grande destaque na atual administração. No entanto, por meio das respostas, observou-se desconhecimento deste assunto pelo público da pesquisa, além de que 87 colaboradores não responderam à questão e 15 informaram que não conheciam as iniciativas. Dessa forma, verificou-se necessidade de priorizar a divulgação das iniciativas estratégicas, na campanha de comunicação da estratégia.

No que tange aos **indicadores estratégicos** (questão 12), os respondentes colaboraram com 492 nomes de indicadores, dos quais 398 correspondiam aos indicadores vigentes (80,9%). Para os demais registros, observou-se uma confusão de conceitos, com citações de valores, objetivos estratégicos, perspectivas, critérios, indicadores setoriais e outros.

A seguir, constam os 10 indicadores mais citados, destacando-se o indicador **Acessibilidade no STJ**, que figurou pela primeira vez no Plano Estratégico e já ficou na 3ª colocação. Por outro lado, a citação principalmente de indicadores da área-meio, coincide com a maior participação percentual de colaboradores deste público. Apenas 2 indicadores judicantes foram citados – sendo que um deles em primeiro lugar, ligado à parte da missão que trata da agilidade no julgamento.

Indicadores estratégicos	Número de Ocorrências
Agilidade no julgamento	29
Satisfação com os serviços do STJ	27
Acessibilidade no STJ	26
Imagem do STJ	23

Indicadores estratégicos	Número de Ocorrências
Transparência Institucional	22
Adesão às ações de educação corporativa	20
Governança no STJ	20
Satisfação do Servidor	16
Atendimento à demanda (Meta 1)	16
Atendimento às recomendações	15

Quadro 15 – Dez indicadores estratégicos mais citados na pesquisa

Ao analisar as respostas abertas referentes aos **valores institucionais**, observa-se bom conhecimento dos 185 respondentes da questão 14, uma vez que os 5 valores mais citados estão presentes nos últimos Planos Estratégicos do STJ, seguidos de outros 5 valores que constavam em planejamentos anteriores. Ressalta-se que **85,25%** das citações foram corretas. Segue quadro com os 10 valores mais frequentes:

Valores	Número de ocorrências
Ética	134
Transparência	120
Aprendizagem Contínua	105
Comprometimento	97
Sustentabilidade	87
Cooperação	17
Autodesenvolvimento	15
Inovação	13
Orgulho Institucional	8
Presteza	8

Quadro 16 – Dez valores institucionais mais citados na pesquisa

Observa-se ainda necessidade de promover a internalização dos valores do Tribunal, considerando que houve 70 respostas em branco, 15 informaram desconhecer os valores, além daqueles que precisam se atualizar sobre os valores adotados pela Corte.

Na questão 16, buscou-se conhecer se os participantes da pesquisa identificavam qual sua **contribuição para a estratégia do STJ**. Essa foi a questão aberta de maior adesão dos servidores, com 220 respostas (81,48% de participação). Ao analisar o conteúdo das respostas, observou-se boa correlação entre elas e a estratégia do STJ, demonstrando a efetividade das ações de divulgação da estratégia. Seguem algumas citações dos colaboradores:

*“Acredito que o meu trabalho ajuda o STJ a fortalecer sua imagem por meio de uma justiça mais ágil e pelo aumento da produtividade na prestação jurisdicional.”*

*“Melhorar continuamente com ações que propiciem um maior nível de satisfação dos nossos usuários, através de uma justiça mais rápida e acessível, tanto para clientes internos como externos.”*

*“Fomentar a governança, conformidade e visão de riscos, por meio de auditorias e trabalhos de consultoria, ajudando os gestores a entenderem os riscos e consequências de suas decisões.”*



## 8. Conclusão

Após análise das respostas objetivas e subjetivas da Pesquisa de Conhecimento de 2022, recomenda-se que as seguintes ações sejam realizadas, com a finalidade de alcançar melhores resultados.

Ação	Quando
1. Considerar como população da próxima pesquisa: servidores, ministros e terceirizados. Excluir os colaboradores que atuam na CPES.	Fev./2024
2. Não incluir os estagiários da pesquisa, em razão de sua pequena participação rotatividade, no Tribunal.	Fev./2024
3. Encaminhar a minuta do formulário da pesquisa para revisão da Ouvidoria, com a finalidade de ajustes da técnica.	Fev./2024
4. Alterar a periodicidade da Pesquisa de Conhecimento da Estratégia e respectivo indicador, para bianual e conseqüentemente rever a meta.	Mai/2023
5. Buscar novas opções de prêmios que atraiam mais participação dos colaboradores	Out./2023



Ação	Quando
6. Realizar a pesquisa no mês de abril, uma vez que ao final do ano existem muitas pesquisas em andamento, no Tribunal.	Abr./2024
7. Solicitar à Secretaria de Comunicação Social a elaboração de <i>posts</i> de divulgação da pesquisa diferenciados para os servidores e magistrados.	Out./2023
8. Avaliar a melhor forma de envolver os magistrados na pesquisa.	Out./2023
9. Observar os seguintes itens, na elaboração da campanha de comunicação da estratégia 2023/2024. <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Público-alvo a ser priorizado: novos servidores e colaboradores da área-fim, incluindo magistrados;</li> <li>b. Assuntos a serem priorizados: Mapa estratégico, indicadores e iniciativas estratégicas;</li> <li>c. Reforçar o conhecimento dos seguintes elementos estratégicos: Missão, Visão e Valores.</li> </ul>	Mar./2023

*Quadro 16 – Ações para alcançar melhores resultados na pesquisa de 2024*

## Anexo A - Questionário aplicado

# Conhecimento da Estratégia do STJ

Ano: 2022

O tempo estimado para a conclusão da pesquisa é de 5 minutos.  
Período de preenchimento: de 29/11 a 13/12/2022.

\* Este formulário registrará seu nome. Preencha-o.

### 1. Sua área de atuação

- Área fim (judicante)
- Área meio (administrativa)

### 2. Tempo de STJ:

- até 3 anos
- de 3 a 10 anos
- mais de 10 anos

3. Tipo:

- Magistrado
- Servidor
- Estagiário
- Terceirizado

4. Se servidor, informar o número da matrícula (ex. S012345)

5. A missão é a declaração concisa da razão de ser de uma instituição. A missão do STJ está atualmente definida como: "UNIFORMIZAR A INTERPRETAÇÃO DA LEGISLAÇÃO FEDERAL E OFERECER JUSTIÇA ÁGIL E CIDADÃ."

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço o texto da missão e saberia explicá-la para um amigo/familiar que não trabalha no Judiciário."?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

6. A visão de futuro define a maneira que uma organização pretende ser vista no médio/longo prazo. A visão do STJ até 2026 é: "CONSOLIDAR O STJ COMO UMA CORTE DE PRECEDENTES QUE OFERECE JUSTIÇA ÁGIL, MODERNA, PREVENTIVA E CIDADÃ."

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço o texto da visão e saberia explicá-la para um amigo/familiar que não trabalha no Judiciário."?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

7. Os objetivos estratégicos são sinalizadores dos pontos de atuação em que o êxito é fundamental para o sucesso de uma organização, sendo organizados em um Mapa Estratégico.

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço o Mapa Estratégico do STJ."?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

8. Cite o nome de objetivos estratégicos do STJ que conhece:

9. Entre as várias iniciativas (ações, projetos e programas) do STJ, algumas são definidas como estratégicas porque possuem maior impacto no cumprimento dos objetivos.

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço algumas das iniciativas estratégicas do STJ."?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

10. Cite o nome de ações, projetos e programas estratégicos que conhece:

11. A estratégia do STJ é acompanhada por indicadores de desempenho, cujas metas expressam o resultado esperado num dado período de tempo.

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço alguns dos indicadores e das metas estratégicas do STJ. "?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

12. Cite o nome dos indicadores estratégicos que conhece:

13. Os valores institucionais representam para o STJ as convicções dominantes, as crenças básicas das pessoas da organização, que permeiam todas as atividades e relações com a sociedade. Atualmente, existem cinco valores em torno dos quais o Tribunal se edifica.

Com base no explicitado, qual o seu grau de concordância com a frase: "Conheço alguns dos valores institucionais adotados pelo STJ."?

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

14. Cite os valores dos quais se recorda:

15. Seu trabalho contribui diretamente para a estratégia (missão, visão, objetivos, indicadores e iniciativas) do Tribunal.

Com base no explicitado, você:

- Concordo totalmente.
- Concordo parcialmente.
- Não concordo.

16. Descreva sua principal contribuição para favorecer o cumprimento da estratégia do STJ:

Este conteúdo não é criado nem endossado pela Microsoft. Os dados que você enviar serão enviados ao proprietário do formulário.

 Microsoft Forms