

MATRIZES DE INDICADORES ESTRATÉGICOS

Plano Estratégico STJ 2010 – 2014

PERSPECTIVA: PROCESSOS INTERNOS

Tema: Atuação Institucional

11.1. Indicador: Inserções institucionais na mídia					
11. Objetivo estratégico: Aprimorar a comunicação institucional					
Meta	Aumentar em 25% o número de inserções na mídia, até dez/2014.				
	Meta desdobrada				
LB/2009	2010	2011	2012	2013	2014
51.558	5%	10%	15%	20%	25%
	54.136	56.714	59.292	61.870	64.448
Mensuração	Não mensurado	Não mensurado	Não mensurado	Não mensurado	
O que mede	Mede a quantidade de inserções promovidas pelo STJ nas diversas mídias.				
Quem mede	Secretaria de Comunicação Social - SCO				
Quando mede	Anualmente				
Onde mede	Mídias (TV, rádio, internet, revistas, outros).				
Por que mede	Para dar maior visibilidade ao STJ aos resultados alcançados e as suas ações de cidadania.				
Como mede	$\left(\frac{\text{Somatório das inserções nas mídias} - \text{Total de inserções}}{\text{Total de inserções}} \right) \times 100$				
Glossário	LB: Linha de Base. Total de inserções: inserções nas mídias no ano de referência Consideram-se mídias: TV, rádio, internet, revistas, outros.				
Observações	Acompanhamento por meio do processo STJ n. 3522/2011. A mensuração deste indicador encontra-se sobrestada, conforme RAE realizada em 29/6/2011.				