



Entrevista a Consultoras

(Maio/Junho de 2014)

ENTREVISTA ESCRITA

Empresa: _____

Identificação do Entrevistado: _____

1. Como caracteriza o tecido empresarial nacional? *Empreendedor, informado, bom gestor...*
2. “Gerência /Administração das empresas” e “Cultura de marketing”. Como vê a ligação entre estas duas entidades no planeamento estratégico das empresas?
3. Que tipo de clientes é que chegam aos escritórios da Consultora? *Empresas, micro, médias etc...*
4. Que tipo de projectos é que são mais pedidos? Projectos ao nível do mercado nacional ou internacional, económicos/Mkt, Financeiros, RH ou outros.
5. Quais são as principais dificuldades que os clientes manifestam quando procuram a ajuda da Consultora?
6. Quais são os principais obstáculos que se colocam às Consultoras qdo estas tentam ajudar as empresas na resolução das dificuldades sentidas tanto no ambiente interno como externo?
7. Como considera que as Consultoras são “percepcionadas” pelas empresas?

8. Qual é o real papel e actuação no terreno, das consultoras? Estará o mercado “intoxicado” por intervenientes que desprestigiam o sector? Por exemplo *preços praticados, falta de ética, fraco relacionamento e parceria....*
9. O que poderia ser feito para reverter essa situação? Menos Consultoras, mais qualidade.... Estará, o facto do sector da consultoria ser um mercado atomizado no que respeita à distribuição, a prestar “maus serviços” (pouca especialização) e a contribuir para essa situação (desprestigio e má reputação das consultoras como vendedoras baseada numa venda tipo “hard selling”)?
10. No caso particular do processo de internacionalização, quais considera serem os problemas mais reais e prementes com que as empresas se debatem para ao iniciarem o processo?
11. Quais os países com maior procura como destino para a internacionalização? Existem diferenças de abordagem entre a que faz para os países lusófonos e outros (Europa, América, Ásia) onde a empresa já teve oportunidade de exercer a sua actividade?
12. Considera que as consultoras estão realmente a dirigir os seus esforços no sentido de colmatarem as verdadeiras necessidades sentidas na economia?
13. Quais considera serem os pontos mais frágeis nos serviços prestados por estas entidades? Quais as possíveis alternativas a apontar? Que novos serviços?
14. Considera que o Outsourcing de serviços comerciais e de marketing ainda não são uma prática muito usual em Portugal ou pelo contrário são, mas ainda algo restringidas a uma elite, devido (entre outros motivos), aos preços praticados nos serviços de consultoria?
15. O Benchmarking como ferramenta de Consultoria. Quais o benefícios que as empresas podem retirar daí?
16. Na sua opinião Portugal está atrasado em relação à Europa no que refere à conjugação das forças entre as consultoras e as empresas?
17. Quais são as perspectivas para o futuro no sector da consultoria empresarial no que refere à vertente da internacionalização?