

7

Referências bibliográficas

ABEP – Associação Brasileira de Entidades Estaduais de Tecnologia da Informação e Comunicação. Disponível em:

<<http://www.abep.sp.gov.br/associadas/associadas.htm>>. Acesso em: 25/10/2011.

AUSTIN, J. **Managing in Developing Countries: Strategic Analysis and Operating Techniques**. The Free Press, New York, 1990.

BARNEY, J. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.

BERNIER, L.; HAFSI, T. The Changing Nature of Public Entrepreneurship. **Public Administration Review**, v. 67, n. 3, p. 488-503, 2007.

BHARADWAJ, A. A Resource-Based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance: An Empirical Investigation. **MIS Quarterly**, v. 24, n. 1, p. 169-196, 2000.

BOX, R. Running Government Like a Business: Implications of Public Administration Theory and Practice. **American Review of Public Administration**, v. 29, n. 1, p. 19-43, 1999.

BRANDENBURGER, A.; NALEBUFF, B. The Right Game: use game theory to shape strategy. **Harvard Business Review**, v. 73, n. 4, p. 57-81, 1995.

_____; _____. **Co-opetition**. Doubleday, New York, 1997.

CARR, N. IT Doesn't Matter. **Harvard Business Review**, v. 81, n. 5, p. 41-49, 2003.

CEPIK, M.; EISENBERG, J.; EKLUND, M. Desenhos Institucionais em Informática Pública: Estudo Comparativo em Quatro Cidades Brasileiras. **Informática Publica**, Belo Horizonte - MG, v. 3, n. 2, p. 47-72, 2001.

COHEN, S.; EIMICKE, W. Trends in 20th Century United States Government Ethics. **International Journal of Organization Theory & Behavior**, v. 3, n. 3, p. 571-597, 2000.

COULTHARD, M. **The Role of Entrepreneurial Orientation on Firm Performance and the Potential Influence of Relational Dynamism**. Working Paper 18/07, Monash University, Australia, 2007.

_____.; LOOS, J. Networking, The Missing Link in Firm Based Entrepreneurial Orientation (EO) Performance Models. **Department of Management Working Paper Series**, Monash University, Australia, 2007.

DATAPREV. **Relatório Gestão**. Disponível em: <<http://www.dataprev.gov.br>>. Acesso em: 30/09/2011, Brasília, 2011.

DI PRIETRO, M. **Direito Administrativo**, 10^a Edição, Editora Atlas, São Paulo, 1998.

DRUCKER, P. **Inovação e espírito empreendedor : (entrepreneurship) : pratica e princípios**. Editora Pioneria, São Paulo, 1986

DYER, J.; SING, H. The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. **The Academy of Management Review**, v. 23, n. 4, p. 660-679, 1998.

EDWARDS, C.; JONES, G.; LAWTON, A.; LLEWELLYN, N. Public Entrepreneurship: Rhetoric, Reality, and Context. **International Journal of Public Administration**, v. 25, n. 12, p. 1539-1554, 2002.

EISENHARDT, K. Building Theories From Case Study Research. **The Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, p. 532-550, 1989.

_____.; GRAEBNER, M. Theory Building From Cases: Opportunities and Challenges. **Academy of Management Journal**, v. 50, n. 1, p. 25-32, 2007.

FAHEY, L.; RANDALL, R. **Learning from the Future**. New York: John Wiley, 1998.

FERNANDES, D.; SANTOS, C. Orientação empreendedora: Um Estudo Sobre as Conseqüências do Empreendedorismo nas Organizações. **RAE-Eletrônica**, v. 7, n. 1, art. 6, 2008.

FOSS, N.; KLEIN, P.; LOR, Y; MAHONEY, J. Entrepreneurship, Subjectivism, and the Resource-Based View: Toward a New Synthesis. **Strategic Entrepreneurship Journal**, v. 2, n. 1, p. 73-94, 2008.

GASPARINI, D. **Direito Administrativo**. 13a Edição, Editora Saraiva, São Paulo, 2008.

GIL, A. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas, 1988.

GOMES-CASARES, B. Group versus Group: how alliances networks compete. **Harvard Business Review**, v. 72, n. 4, p. 62-74, 1994.

GOPE, A. **From Red Tape to Results: Creating a Govern That Works Better and Cost Less**. Report of the National Performance Review. US Government Printing Office, 1993.

GRANT, R. **Contemporary Strategy Analysis: concepts, techniques, applications**. Blackwell Publishers Ltd., USA, 1998.

GULATI, R. Alliances and Network. **Strategic Management Journal**, v. 19, n. 4, p. 293-317, 1998.

_____.; NOHRIA, N; ZAHEER, A. Strategic Networks. **Strategic Management Journal**, v. 21, n. 3, p. 203-215, 2000.

HAMEL, G.; PRAHALAD, C. Strategic Intent. **Harvard Business Review**, v. 67, n. 3, mai/jun, 1989.

_____.; _____. Competing for the Future. **Harvard Business Review**, v. 72, n. 4, jul/ago, 1994

HITT, M.; IRELAND, D.; CAMP, M.; SEXTO, D. Guest Editors Introduction to the Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. **Strategic Management Journal**, v. 22, special number, p. 479-491, 2001.

IPLANRIO. Disponível em:

<<http://www.rio.rj.gov.br/web/iplanrio/exibeconteudo?article-id=92261>>. Acesso em: 07/11/2011.

IRELAND, R.; COVIN, J.; KURATKO, D. Conceptualizing Corporate Entrepreneurship **Strategy. Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 33, n. 1, p. 19-46, 2009.

_____.; HITT, M.; SIRMON, D. A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and Its Dimensions. **Journal of Management**, v. 29, n. 6, p. 963-989, 2003.

_____.; REUTZEL, C.; WEBB, J. Entrepreneurship Research in AMJ: What Has Benn Published, and What Might the Future Hold? **Academy of Management Journal**, v. 48, n. 4, p. 556-564, 2005

KEARNEY, C.; HISRICH, R.; ROCHE, F. Facilitating Public Sector Corporate Entrepreneurship Process: A Conceptual Model. **Journal of Enterprising Culture**, v. 15, n. 3, p. 275-299, 2007.

KIM, Y. **A multidimensional model of public entrepreneurship**, Rutgers The State University of New Jersey - Newark, EUA, 2007.

KLEIN, P.; MAHONEY, J.; McGRAHAN, A.; PITELIS, C. Toward a Theory of Public Entrepreneurship. **European Management Review**, v. 7, p. 1-15, 2010.

LAUMANN, E.; GALASKIEWICZ, J.; MARSDEN, P. Community Structure as Interorganizational Linkages. **Annual Review of Sociology**, v. 4, n. 1, p. 455-484, 1978.

LLEWELLYN, N.; JONES, G. Controversies and Conceptual Development: Examining Public Entrepreneurship. **Public Management Review**, v. 5, n. 2, p. 245-266, 2003.

LO, T. Atos Origin Wins Outsourcing Contract With the Hong Kong Government. **Gartner Research**, 10 de março de 2006.

LUKE, B.; VERREYNNE, M. Exploring Strategic Entrepreneurship in the Public Sector. **Qualitative Research in Accounting & Management**, v. 3, n. 1, p. 4-26, 2006.

MACEDO-SOARES, T. D. L.v.A. An Integrative Model for Strategic Management Analysis: Application to Organizations in Brazil. **Proceedings of INFORMS-KORMS Seoul 2000**, p. 460-467, Seoul, 2000.

_____. **Strategic Alliances and Networks: Conceptual Tools for Strategic Assessments**. In: Readings Book of Global Business and Technology Association – GBATA, International Conference, p. 292-305, Roma, 2002.

_____. FIGUEIRA, L. Gestão Estratégica da Energia Nucleoelétrica no Brasil: Recursos e Competências Críticas para o seu Sucesso. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, v. 11, p. 55-76, 2007.

MACK, W. R.; VEDLITZ, D. Innovation and Implementation in the Public Sector: An Examination of Public Entrepreneurship. **Review of the Policy Research**, v. 25, n. 3, p. 233-284, 2008.

MANIMALA, M.; JOSE, P; THOMAS, K. Organizational Constraints on Innovation and Intrapreneurship: Insights from Public Sector. **Vikalpa**, v. 31, n. 1, p. 49-59, 2006.

McFARLAN, F.; Information Technology Changes the Way You Compete. **Harvard Business Review**, v. 62, n. 3, p. 98-103, 1984.

MILLER, D. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, v. 29, n. 7, p. 770-791, 1983.

MINTZBERG, H. The Strategy Concept II: Another Look at Why Organizations Need Strategies. **California Management Review**, v. 30, n. 1, p. 25-32, 1987.

_____. Generic strategies: toward a comprehensive framework. **Advances in Strategic Management**, v. 5, p. 1-67, 1988.

MOORE, M. Public Value as the Focus of Strategy. **Australian Journal of Public Administration**, v. 53, n. 3, p. 296-305, 1994.

MORRIS, M. H.; JONES, F. Entrepreneurship in Established Organizations: The Case of the Public Sector. **Entrepreneurship: Theory & Practice**, v. 24, n. 1, p. 73-93, 1999.

OSBORNE, G.; GAEBLER, T. **Reinventando o governo: como o espírito empreendedor está transformando o setor público**. M H Comunicação, Brasília, 1992.

PENROSE, E. **The Theory of the Growth of the Firm**. John Wiley and Sons, New York, 1959.

PICCOLI, G.; IVES, B. Review: IT-Dependent Strategic Initiatives and Sustained Competitive Advantage: A Review and Synthesis of the Literature. **MIS Quarterly**, v. 29, n. 4, p. 747-776, 2005.

PORTER, M. How Competitive Forces Shape Strategy. **Harvard Business Review**, v. 57, n. 2, p. 137-145, 1979.

_____. What Is Strategy. **Harvard Business Review**, v. 74, n. 6, p. 61-78, 1996.

_____. Strategy and the Internet. **Harvard Business Review**, v. 79, n. 3, p. 63-78, 2001.

_____. MILLAR, V. How Information Gives You Competitive Advantage. **Harvard Business Review**, v. 63, n. 4, p. 149-160, 1985.

PRAHALAD, C.; HAMEL, G. The Core Competence of the Corporation. **Harvard Business Review**, v. 68, n. 3, 1990.

PRODERJ, Disponível em: <<http://www.proderj.rj.gov.br/estrutura.asp>>. Acesso em: consultado em 6/11/2011.

RAMAMURTI, R. Public Entrepreneurs: Who They Are and How They Operate. **California Management Review**, v. 28, n. 3. p. 142-158, 1986.

SERPRO. **Relatório da Administração 2008**. Disponível em: <<http://www.serpro.gov.br>>. Acesso em: 25/02/2010, Brasília, 2009.

_____. **Relatório de Gestão 2010**. Disponível em: <<http://www.serpro.gov.br>>. Acesso em: 30/09/2011, Brasília, 2011.

STEVENSON, H.; JARILLO, J. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. **Strategic Management Journal**, v. 11, special issue, p. 17-27, 1990.

TERRY, L. Administrative Leadership, Neo-Managerialism, and the Public Management Movement. **Public Administration Review**, v. 58, n. 3, p. 194-200, 1998.

TINOCO, J.; MACEDO-SOARES, T. D. L. v. A. de . O Lock-in Estratégico em Relacionamentos Inter-Organizacionais: o caso Dataprev. **Cadernos EBAPE.BR (FGV)**, v. 6, p. 1-12, 2008.

VERGARA, S. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**, Editora Atlas, São Paulo, 1997.

VILLAS, M. **Gestão Estratégica Dinâmica da Tecnologia de Informação e Comunicação das empresas que atuam em Redes de Alianças Estratégicas: Proposta de Arcabouço Analítico**. Tese de Doutorado, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2007.

_____.; MACEDO-SOARES, T. D. L. v. A.; RUSSO, G. Bibliographical research method for business administration studies, **Brazilian Administration Review**, v. 5, n. 2, p. 139-159, 2008.

WADE, M.; HULLAND, J. The Resource-Based View and Information Systems Research: Review, Extension, and Suggestions for Future Research. **MIS Quarterly**, v. 28, n. 1, p. 107-142, 2004.

WERNERFELT, B. A Resource-based View of the Firm. **Strategic Management Journal**, v. 5, n. 1, p. 171-180, 1984.

YIN, R. **Case Study Research: Design and Methods**. Sage Publications, Londres, 2003.

ZAJAC, E.; KRAATZ, M.; BRESSE, R. Modeling the Dynamics of Strategic Fit: A Normative Approach to Strategic Change. **Strategic Management Journal**, v. 21, n. 4, p. 429-453, 2000.

ZERBINATI, S.; SOUITARIS, V. Entrepreneurship in the Public Sector: a Framework of Analysis in European Local Governments. **Entrepreneurship & Regional Development**, v. 17, n. 1, p. 43-64, 2005.

Anexo A – Questionário

Empresas Públicas de TIC

Objetivo: Este questionário é parte de uma pesquisa sobre a administração estratégica das empresas públicas de tecnologia de informação no Brasil.

Quem deve preencher: Representantes dos diversos níveis de tomada de decisão destas empresas.

O que é desejado: Que as respostas retratem de maneira fiel as percepções dos gestores destas empresas. Os resultados serão utilizados no desenvolvimento de uma tese de doutorado no Instituto de Administração e Gerência da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - IAG PUC-RIO. Ressaltamos que os dados fornecidos serão considerados confidenciais, com finalidade estritamente acadêmica, e utilizados apenas para os fins desta pesquisa. Assim, não serão, sob qualquer hipótese, repassados a outras pessoas ou instituições, ou utilizados para outros fins. Caso os resultados consolidados da pesquisa sejam divulgados posteriormente, isso será feito sem apontar qualquer resposta específica. Estima-se que sejam necessários em torno de 20 minutos para completá-la. Se eventualmente ela for interrompida, o preenchimento poderá continuar a ser feito em outro momento, no ponto em que houver a interrupção. Comentários e sugestões podem ser enviados para jptinoco@puc-rio.br. Muito obrigado pela sua participação

1) Qual é o seu nível gerencial?

() Diretoria () Assessoria () Gerência () Assistente () Coordenador de Projetos

2) A quantos anos você está na empresa?

3) Qual é a sua idade?

4) Avalie a seguinte afirmação:

Por ser uma empresa pública, o PRODERJ não é afetado pela competição de concorrentes que também atuam na área de Tecnologia da Informação.

DC D NCND C CC

5) Marque a força relativa do PRODERJ em relação aos seus competidores, estabelecidos ou potenciais, para os seguintes fatores:

Muito mais fraca Mais fraca Nivelada ao mercado

Mais forte Muito mais forte

5.1. Escopo ou alcance de suas operações

5.2. Liderança tecnológica

5.3. Integração vertical

5.4. Habilidade para controlar custos

5.5. Competividade de preços

5.6. Habilidade para atender as necessidades diferenciadas dos clientes

5.7. Relacionamento com os órgãos do governo

5.8. Qualidade percebida dos seus produtos e serviços

5.9. Qualidade percebida dos seus produtos e serviços

5.10. Escala ou tamanho do negócio

5.11. Tempo de atendimento das demandas

5.12. Localização geográfica

5.13. Posição / nicho de mercado

5.14. Habilidade de angariar novos clientes

5.15. Reputação da empresa

5.16. Relacionamento com clientes ou consumidores finais

5.17. Relacionamento com fornecedores

5.18. Ativos físicos

5.19. Valor percebido do serviço ao cliente

5.20. Legislação protegendo o mercado

6) Qual a relevância dos fatores abaixo para o desempenho da empresa?(Clique e arraste para ordenar por ordem de relevância)

- _____ Escopo ou alcance de suas operações
- _____ Liderança tecnológica
- _____ Integração vertical
- _____ Habilidade para controlar custos
- _____ Competividade de preços
- _____ Habilidade para atender as necessidades diferenciadas dos clientes
- _____ Relacionamento com os órgãos do governo
- _____ Qualidade percebida dos seus produtos e serviços
- _____ Escala ou tamanho do negócio
- _____ Tempo de atendimento das demandas
- _____ Localização geográfica
- _____ Posição / nicho de mercado
- _____ Habilidade de angariar novos clientes
- _____ Reputação da empresa
- _____ Relacionamento com clientes ou consumidores finais
- _____ Relacionamento com fornecedores
- _____ Ativos físicos
- _____ Valor percebido do serviço ao cliente
- _____ Legislação protegendo o mercado

7) Assinale, se for o caso, os tipos de alianças realizados na sua empresa.

Você pode marcar mais do que uma opção, ou nenhuma, por linha.

	Cliente	Fornecedor	Concorrente	Complementador
Acordo / contrato, de prestação de serviços ou fornecimento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Licenciamento de patente ou know-how	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desenvolvimento ou produção em conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Comercialização ou marketing em conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pesquisa e desenvolvimento em conjunto	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Investimento acionário minoritário	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participação acionária cruzada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fusões e aquisições	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8) Avalie a seguinte afirmação:

A inserção da sua empresa em alianças estratégicas e em redes surgidas destas alianças é parte fundamental da sua estratégia competitiva.

DC D NCND C CC

9) Atribua a ordem de importância para os tipos de parceiros da sua empresa de 1 (para o mais importante) a 4 (para o menos importante)

_____ Concorrentes

_____ Fornecedores

_____ Complementadores

_____ Clientes

10) As alianças estratégicas que sua empresa participa são tipicamente:

- Bilaterais (apenas 2 parceiros na mesma aliança)
- Multilaterais (mais de 2 parceiros na mesma aliança)
- Ambas (bilaterais e multilaterais)
- Não participa de alianças
- Não sei

11) Quais os fatores determinantes na tomada de decisão de sua empresa quando ela busca alianças estratégicas (clique e arraste para ordenar por relevância)

_____ Acesso a novos mercados

_____ Redução de Custos

_____ Desenvolvimento de produtos em conjunto

_____ Aprendizagem com os parceiros

_____ Obtenção de recursos não disponíveis na empresa

12) A força das conexões pode ser entendida como uma dificuldade de rompimento da aliança, o grau de comprometimento entre os parceiros, durabilidade da aliança ou dificuldade de substituição do parceiro por outro devido ao tipo de contrato ou acordo entre as partes. Avalie a força das conexões entre os parceiros nas principais alianças estratégicas da empresa, por tipo de parceiro

	Fraca	Média	Forte	Não se aplica
Clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Complementadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13) Avalie como é percebida, de um modo geral, a natureza das principais alianças estratégicas estabelecidas pelo PRODERJ. Obs.: a relação pode ser considerada oportunística quando apresenta componentes de rivalidade ou de vantagem desproporcional para alguns dos parceiros.

	Colaborativa	Oportunística	Não se Aplica
Clientes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fornecedores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Concorrentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Complementadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14) O PRODERJ possui indicadores para avaliar a contribuição de sua(s) aliança(s)?

- Sim
- Não
- Não se aplica

15) Em caso positivo, quais são os critérios?

- Financeiros
- Operacionais
- Satisfação dos clientes
- Inovação
- Aprendizagem
- Outros

16) Caso existam indicadores, eles são adequados?

- Sim
- Não

17) Os mecanismos de governança, tais como contratos, comitês, acordos para estabelecer regras de conduta entre os parceiros são:

- Formais
- Informais
- Formais e informais

18) Quais os mecanismos para gerenciar os conflitos que possam surgir nas alianças estratégicas da empresa?

- Resolução de problemas de forma participativa
- Resolução de problemas de forma unilateral
- Nenhum
- Não sabe informar

19) Avalie as seguintes afirmações:

DC D NCND C CC

- 19.1 A aprovação de projetos na empresa segue um processo hierárquico, com normas rigidamente estabelecidas.
- 19.2 A empresa enfatiza a necessidade de que seus processos tenham regras e procedimentos definidos por escrito
- 19.3 A empresa tem regras e procedimentos escritos para todos os seus processos
- 19.4 O processo de tomada de decisões da empresa é bastante flexível
- 19.5 A empresa teve alterações nos seus processos, estrutura e orientação gerencial nos últimos 3 anos
- 19.6 Os gerentes e funcionários da empresa são promovidos com base no seu desempenho em suas tarefas
- 19.7 Os gerentes e funcionários são recompensados financeiramente quando desempenham suas funções de forma superior
- 19.8 A empresa encoraja a participação de funcionários que não sejam gerentes nos processos de tomada de decisões
- 19.9 Os funcionários abaixo do nível gerencial participam do processo de elaboração de estratégias, políticas e procedimentos
- 19.10 Os funcionários abaixo do nível gerencial participam do processo de planejamento financeiro e orçamento
- 19.11 A empresa estabelece seus próprios objetivos e estratégias, sem aprovações externas
- 19.12 Os empregados da empresa têm autonomia suficiente para determinar como suas tarefas devem ser realizadas.
- 19.13 As tarefas desempenhadas pela empresa requerem funcionários altamente especializados
- 19.14 A empresa precisa prestar contas ao público e outras partes interessadas

20) Avalie as seguintes afirmações:

DC D NCND C CC

- 20.1 A empresa tem o seu objetivo, missões e metas claramente definidos
- 20.2 Novos produtos e serviços da empresa recebem repercussão nos meios de comunicação do país.
- 20.3 A empresa persegue objetivos de forma agressiva e correndo riscos
- 20.4 A empresa frequentemente realiza pesquisas de satisfação de seus clientes
- 20.5 A empresa possui objetivos múltiplos e que as vezes são contraditórios
- 20.6 A empresa desenvolve indicadores que permitem o controle da execução de seus objetivos
- 20.7 Falhas nos projetos e serviços da empresa provocam grande repercussão na mídia
- 20.8 A empresa toma decisões de criar produtos e processos em condições de grande incerteza
- 20.9 Considerações políticas influenciam o processo decisório da empresa
- 20.10 A empresa tem propensão ao risco no seu processo decisório
- 20.11 A empresa aceita as falhas (razoáveis, que não tenham sido por negligência) como uma consequência normal de suas atividades
- 20.12 A empresa tem a tendência de desenvolver projetos de alto risco
- 20.13 Os empregados da empresa não têm receio de atuar em projetos de alto risco
- 20.14 A empresa é inovadora

21) Em sua opinião:

DC D NCND C CC

- 21.1 O corpo gerencial e de empregados aceita risco, atua com pró-atividade e é inovador na busca de novas oportunidades para a empresa
- 21.2 Apesar de ser uma empresa pública, a aceitação de riscos, pró-atividade e iniciativas inovadoras de seus gerentes e empregados podem resultar no melhor desempenho da empresa

Anexo B – Roteiro Para as Entrevistas Com Gestores de Nível Estratégico

1 - Avalie os resultados da empresa: financeiros e de satisfação dos clientes

2 - Qual é a estratégia atual da empresa?

3 - Quais os principais:

- Forças
- Fraquezas
- Ameaças
- Oportunidades

4 – Alianças Estratégicas

- São importantes para a empresa?
- A empresa faz alianças?
- Deveria fazer mais?
- Se sim, quais os fatores que poderiam facilitar mais as alianças?
- Quais os objetivos das alianças realizadas?
- Elas têm sido bem gerenciadas?
- Este tema é tratado no processo de planejamento estratégico?

5 – Orientação Empreendedora

- A empresa é inovadora?
- Pode-se afirmar que seus colaboradores são inovativos, pró-ativos e aceitam correr riscos em busca de novas oportunidades?
- A empresa deveria se aperfeiçoar nesta questão?
- Quais os fatores que facilitam ou dificultam estes aspectos?
- Este tema é tratado no processo de planejamento estratégico?