

**PERFIL DOS NEGOCIADORES NA PERCEPÇÃO DOS COMPRADORES: UM ESTUDO
MULTICASOS EM REDES SUPERMERCADISTAS DE CHAPECÓ (SC)**

Pesquisador(es): KIST, Roberto Renan; MACHADO, Nelson Santos

Curso: Administração

Área: Ciências das Humanidades

Resumo: Este estudo visa compreender o processo e as características da negociação, na perspectiva dos gerentes de compras de duas redes supermercadistas de Chapecó. Envolve identificar o que se entende por negociação, as habilidades e competências requeridas neste processo e as implicações éticas do ato de negociar. Adotou-se abordagem qualitativa, do tipo descritivo e com o delineamento do estudo de caso. A coleta ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas com gerentes de compras das empresas participantes, e a análise pela técnica de categorização dos dados. Os entrevistados compreendem a negociação como um processo que envolve debater múltiplos pontos de uma compra e não apenas tirar pedido. As etapas do processo de negociação são apoiadas por aplicativos de gestão adotados por cada empresa, baseadas em informações de demanda, margem e giro. Estão presentes no processo a experiência dos compradores para detectar oportunidades. Evidenciou-se o foco dos supermercados em negociar direto com as indústrias, evitando lidar com intermediários, mas tendo que se submeter a certos padrões e imposições. A ética foi considerada um atributo intrínseco ao processo de compras, sem o que não se negocia. Em relação às competências, um entrevistado adota o estilo controlador e o outro apoiador, ambos com elevada experiência, visão estratégica e focados no atingimento de metas que envolvem o compromisso de vender tudo que se compra e de não deixar faltar ou sobrar estoques. Nas negociações é cobrado o comprometimento dos fornecedores, em operações ganha-ganha, visando relações duradouras.

Palavras-chave: Negociação. Compras. Rede Supermercadista.

E-mails: betokist@hotmail.com - nelson.machado@unoesc.edu.br