



**SEFIC2017  
UNILASALLE**

**A PESQUISA E O  
RESPEITO À DIVERSIDADE**

16 A 20 DE OUTUBRO DE 2017

ISSN 1983-6783

## **GESTÃO COMERCIAL VERSUS ESTRATÉGIAS ORGANIZACIONAIS: UM DIÁLOGO POSSÍVEL NA EMPRESA MERCATO?**

Jessica da Silva Miranda, Robinson Henrique Scholz (orientador)  
Universidade La Salle

**Área Temática:** Ciências Socialmente Aplicáveis

**Resumo:** Esta pesquisa busca compreender sobre os mecanismos da gestão comercial em relação às estratégias organizacionais da empresa Mercato, localizada no município de Canoas, RS, a fim de verificar possíveis soluções e alinhamentos. Para atuar em ambientes cada vez mais dinâmicos e complexos, as organizações devem estar cientes que a utilização de uma estratégia é fundamental para o crescimento de seu negócio. A estratégia facilita a tomada de decisões da alta gerência e impacta diretamente nos resultados da organização. A escolha de uma estratégia adequada faz com que a empresa tenha grandes possibilidades de prosperar e garantir resultados satisfatórios e progressivos, na falta da estratégia, pode ocorrer o declínio da empresa, fazendo com que ela apenas sobreviva em ambientes altamente competitivos ou até mesmo em casos extremos levá-la à morte. Para que a empresa possa crescer e alcançar o futuro desejável é necessário optar por uma abordagem satisfatória, podendo se basear na estratégia organizacional que melhor lhe atender. É de extrema importância que todos os departamentos estejam devidamente alinhados com esta estratégia. Este estudo tem como foco o departamento comercial e tem como objetivo geral analisar as práticas da gestão comercial desempenhadas pela empresa pesquisada, em relação ao alinhamento das estratégias organizacionais. Os objetivos específicos são: a) compreender a abordagem utilizada pelo departamento comercial em relação as estratégias organizacionais; b) identificar possíveis problemas que possam existir em relação a estratégia utilizada pelo departamento; c) mensurar os benefícios decorrentes da estratégia utilizada em relação ao alcance das metas de vendas. Dessa forma, este estudo busca contribuir na descoberta de como o departamento de vendas se posiciona na sua gestão e se está de acordo e devidamente alinhado com as estratégias organizacionais da empresa, sendo esta a motivação deste estudo. Este estudo será realizado através de uma pesquisa qualitativa e exploratória por meio de um estudo de caso. As técnicas de coletas de dados a serem utilizadas são a entrevista semiestruturada, observação participante e documentos. Para análise dos dados coletados será aplicada a análise de conteúdo. Este estudo pode contribuir no alinhamento do departamento de vendas com os demais setores da empresa, além de possibilitar a congruência com as estratégias organizacionais. E dessa forma, tornar mais compreensível este tema que é fundamental para o crescimento e desenvolvimento dos negócios.

**Palavras-Chave:** Estratégia, Vendas, Comercial.