

011

PROCESSO DE COMPRA CORPORATIVA DE SOFTWARE: UM ESTUDO EXPLORATÓRIO DOS ATRIBUTOS QUE INFLUENCIAM NA DECISÃO. *Ricardo Gonçalves de Faria Corrêa, Ricardo Simm Costa, Henrique Mello Rodrigues de Freitas (orient.) (UFRGS).*

Os investimentos em Tecnologia da Informação (TI) precisam ser estudados com maior cautela. No entanto, a decisão de compra deste tipo de bem passa por uma série de reflexões, algumas destas vão além de uma avaliação puramente racional. As etapas e a relação existente entre os agentes envolvidos em um processo de compra tornam a decisão bastante complexa e baseada fundamentalmente em percepções. Assim, é objetivo deste trabalho é identificar atributos que influenciam na decisão de compra corporativa de software. Para tanto, dividiu-se o estudo em duas etapas principais. Em um primeiro momento, foram realizadas entrevistas em profundidade junto a 7 executivos da área comercial de 6 empresas de TI, selecionadas em função da variedade de clientes e das políticas de comercialização. Neste estágio, tratou-se sobre a condução de negociações e sobre a forma como estes executivos identificavam atributos levados em consideração pelos seus prospectos/clientes. Posteriormente, foi realizado um estudo de caso em uma das empresas fornecedoras consideradas na primeira etapa, ocasião na qual foi possível investigar negociações específicas mantidas com 7 clientes. Baseou-se, para tanto, em entrevistas em profundidade, análise dos materiais e documentos trocados e sondagens com vendedores responsáveis. Como resultados, foram elencados atributos relevantes na decisão de compra de software (na visão de clientes e fornecedores), os quais contribuíram, para a definição de um modelo de decisão de compra. Ao final, são feitas algumas considerações sobre a aplicação do modelo, bem como são tecidas algumas considerações sobre a abrangência do estudo e suas limitações.