

*Malafaia* (Departamento de Ciências Sociais e Comunicação, CAMVA- UCS)

Atualmente observa-se que é grande a importância do processo de integração entre comprador e vendedor. Sendo assim, deve se dar um caráter científico ao mesmo, possibilitando-se com isso a utilização adequada do Marketing para melhorar o desempenho das empresas. O uso adequado desta disciplina contempla as fases de evolução do relacionamento entre comprador e vendedor. O objetivo deste estudo centra-se em identificar e analisar o desenvolvimento do setor de compra e vendas das novas empresas face a evolução de relacionamentos e diante do que os motiva a permanecer com seus clientes. Sendo assim, ao se analisar as instituições designadas como incubadoras de empresas, se estará em contato com os gerenciadores de novos negócios, identificando-se como eles experimentam os contatos com seus parceiros neste momento considerado essencial em estabelecimentos de novos relacionamentos com o objetivo de se estabelecer novos empreendimentos. Nesta pesquisa reitera-se que o cliente deve ser tratado de forma peculiar para que ele se veja disposto a manter um contato permanente com o outro contratante, estabelecendo-se assim um processo de desenvolvimento de relacionamento. A escolha pela elaboração de uma pesquisa exploratória se deu pela particularidade do problema levantado, onde o que interessa é o levantamento de atributos e suas relações em cada situação estabelecida de relacionamento e não a determinação do número de envolvidos. Diante da evolução das transações no mercado, é importante que as empresas saibam avaliar o estágio onde elas se encontram e se utilizar destas informações com o intuito de obter melhorias de desempenho no mercado onde atuam. (BIC-Fapergs/UCS).