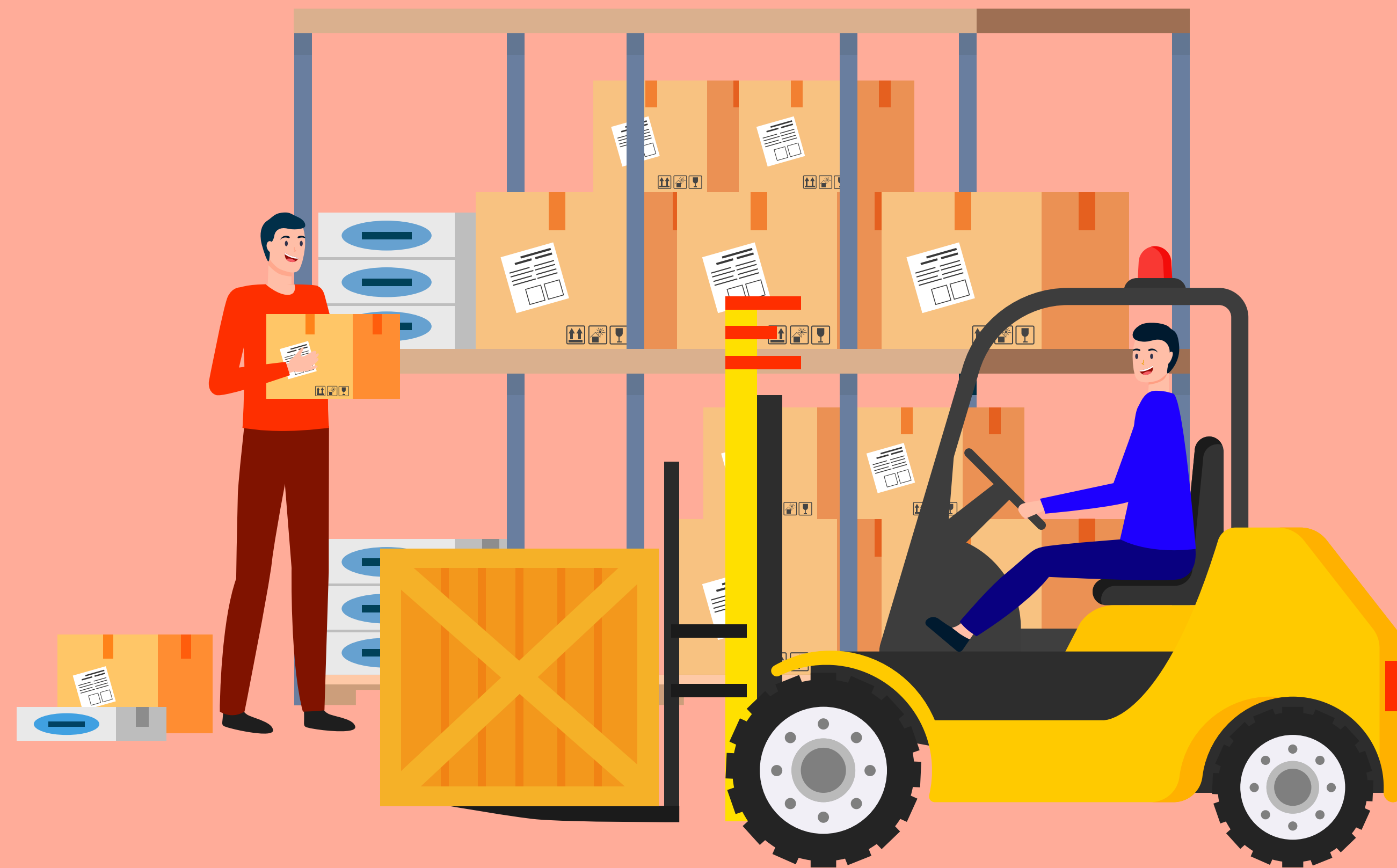




**COMO LIDAR COM FORNECEDORES?
ENTENDA TUDO NESTE GUIA!**



Introdução	3
Qual é a importância de contar com bons fornecedores?.....	5
Como manter uma boa relação com os fornecedores?	9
Como negociar para conseguir acesso a melhores condições?.....	14
Conclusão	18
Sobre o SEBRAE-PE	20



INTRODUÇÃO



Em um mercado altamente competitivo como o atual, **destacar-se da concorrência é fundamental para preservar uma boa base de clientes e, por conseguinte, manter a operabilidade de um estabelecimento**. Nesse sentido, em uma era extremamente globalizada, em que os consumidores têm acesso a inúmeras alternativas na palma da mão, por meio de *smartphones* e *tablets*, por exemplo, garantir a entrega de diferenciais competitivos representa a melhor estratégia para fidelizá-los.

Uma precificação mais atrativa, um amplo *mix* de produtos, estratégias de marketing com um alto poder de atração etc. são algumas das diversas possibilidades. No entanto, é importante destacar que **um dos fatores de maior peso e que, via de regra, costuma ser determinante para a tomada de decisão do cliente é a qualidade daquilo que o seu negócio comercializa**.

Entretanto, **em se tratando do segmento de alimentos e bebidas (A&B), esse elemento está diretamente associado aos fornecedores com os quais você estabelece parcerias**. Diante disso, pensando no tamanho do impacto que esse tipo de relação comercial pode ter sobre os resultados do seu empreendimento, elaboramos este e-book.

Neste material, o nosso intuito é explicar a importância de contar com bons fornecedores, a maneira de negociar boas condições, de modo a tornar o relacionamento ganha-ganha, os benefícios de contar com parceiros que sejam verdadeiramente confiáveis e outras informações igualmente pertinentes. Continue a leitura e domine o tema!





QUAL É A IMPORTÂNCIA DE CONTAR COM BONS FORNECEDORES?



inicialmente, é válido compreender do que se trata, de fato, a relação estabelecida com os fornecedores de um estabelecimento. Nesse contexto, é interessante conceituá-la como todo e qualquer ato de interação entre as partes, desde o primeiro contato até o pós-venda, que se dá após a efetivação dos pedidos. Ou seja, **trata-se, na verdade, de algo muito mais amplo do que uma venda, por si só.**

É justamente por essa razão que, quando não há objetivos suficientemente claros e uma comunicação efetiva, as chances de a parceria sofrer um desgaste ao longo do tempo são significativas. Para evitar que se chegue a esse ponto, existe a gestão de fornecedores, atividade fundamental para a preservação da confiança como a base do relacionamento.

A verdade é que, a partir do momento em que se compreende que todos os negócios — independentemente do setor de atuação — precisam contar com bons parceiros para a continuidade das suas atividades, torna-se mais fácil entender que ter fornecedores que respeitem os prazos previamente estipulados, que entreguem insumos de qualidade e que estejam em conformidade com as obrigações fiscais e com a legislação é determinante para a manutenção da saúde de um estabelecimento. Além disso, há outros benefícios, como:

- **um maior poder de barganha**, afinal, mantendo-se uma relação contínua e positiva para ambas as partes, torna-se viável obter melhores condições de pagamento e até descontos, justamente em razão de haver uma confiança já consolidada entre o distribuidor e o comprador, que foi construída com o tempo e com a boa experiência das vendas anteriores;
- **o acesso a melhores prazos**, o que representa uma vantagem bastante interessante em razão da possibilidade de haver maior flexibilidade. O fato é que, à medida que a relação de parceria prolonga-se no tempo, o planejamento operacional viabiliza a previsão das demandas, o que permite uma otimização maior dos prazos de entrega das mercadorias;



- **uma segurança maior para a manutenção da operabilidade do estabelecimento no mercado**, o que é possível obter a partir do estabelecimento de uma boa relação com os fornecedores, tornando-a, de fato, uma espécie de parceria — especialmente com aqueles com os quais você já tem um bom histórico de transações;



- **o acesso a mercadorias de melhor qualidade**, pois, como mencionado brevemente, quando inexistente um processo produtivo próprio, o que assegura a vantagem competitiva de um estabelecimento diante do mercado é a qualidade do que é ofertado. E, de certo modo, pode-se dizer que são justamente os fornecedores que mantêm as atividades de um empreendimento a partir do fornecimento dos suprimentos;
- **o acesso a melhores condições de pagamento**, o que, por sua vez, implica a otimização do fluxo de caixa do estabelecimento comprador;
- **a manutenção de uma reputação positiva no mercado**, afinal, a imagem de um estabelecimento também é construída com base nas relações que ele mantém com outros negócios, de modo que o oposto também é verdadeiro. Afinal, empresas que constantemente se envolvem em polêmicas em razão de desentendimentos com os parceiros podem ter a reputação prejudicada, o que gerará certa desconfiança no mercado — tanto em relação ao público-alvo do estabelecimento quanto em relação a outros fornecedores, que podem optar por não fazer transações com o negócio.



COMO MANTER UMA BOA RELAÇÃO COM OS FORNECEDORES?

Antes mesmo de abordar como é possível conseguir melhores condições nas transações comerciais com os fornecedores, é válido abordar de que maneira é possível, em primeiro lugar, construir uma relação de parceria com essas empresas. Afinal, como vimos no tópico anterior, **esse é o ponto de partida para todos os benefícios dos quais se torna viável desfrutar**. Nesse sentido, elaboramos um pequeno passo a passo que o ajudará a iniciar — e manter — um bom relacionamento.

Estabeleça uma relação ganha-ganha

É fundamental ter em mente que uma parceria não existe quando não há uma relação ganha-ganha, ou seja, em que ambas as partes cumprem as suas responsabilidades e, por conseguinte, obtêm vantagens. No segmento de A&B, uma boa forma de fazer isso é demonstrando ao fornecedor que você o valoriza, por exemplo, fazendo a divulgação e a indicação dos seus produtos.

Assim, você mostrará que esse relacionamento comercial também tem como objetivo o crescimento dele. Ademais, caso você esteja se questionando se, de fato, essa é uma boa estratégia, lembre-se de que, ao contar com fornecedores aliados, o seu estabelecimento terá acesso a produtos de melhor qualidade e ampliará as colaborações.





Não coloque o preço sobre a qualidade

Alguns proprietários de estabelecimentos do ramo de A&B têm um hábito equivocado de focar somente na diminuição dos preços, muitas vezes, deixando de lado o fator “qualidade”. No entanto, é imperativo ter em mente que é justamente isso que garantirá a satisfação do cliente final. Nesse sentido, **é indispensável considerar o custo-benefício em detrimento do preço mais baixo.**

Então, durante a negociação de valores com os seus parceiros, leve em conta a qualidade daquilo que é oferecido a você. Lembre-se da famosa máxima — e perfeitamente aplicável a esse contexto — que diz que “o barato pode sair caro”. Então, embora nem sempre o preço mais elevado indique uma qualidade maior, por outro lado, o mais baixo tem grandes chances de gerar prejuízos posteriormente.

Descarte fornecedores ruins

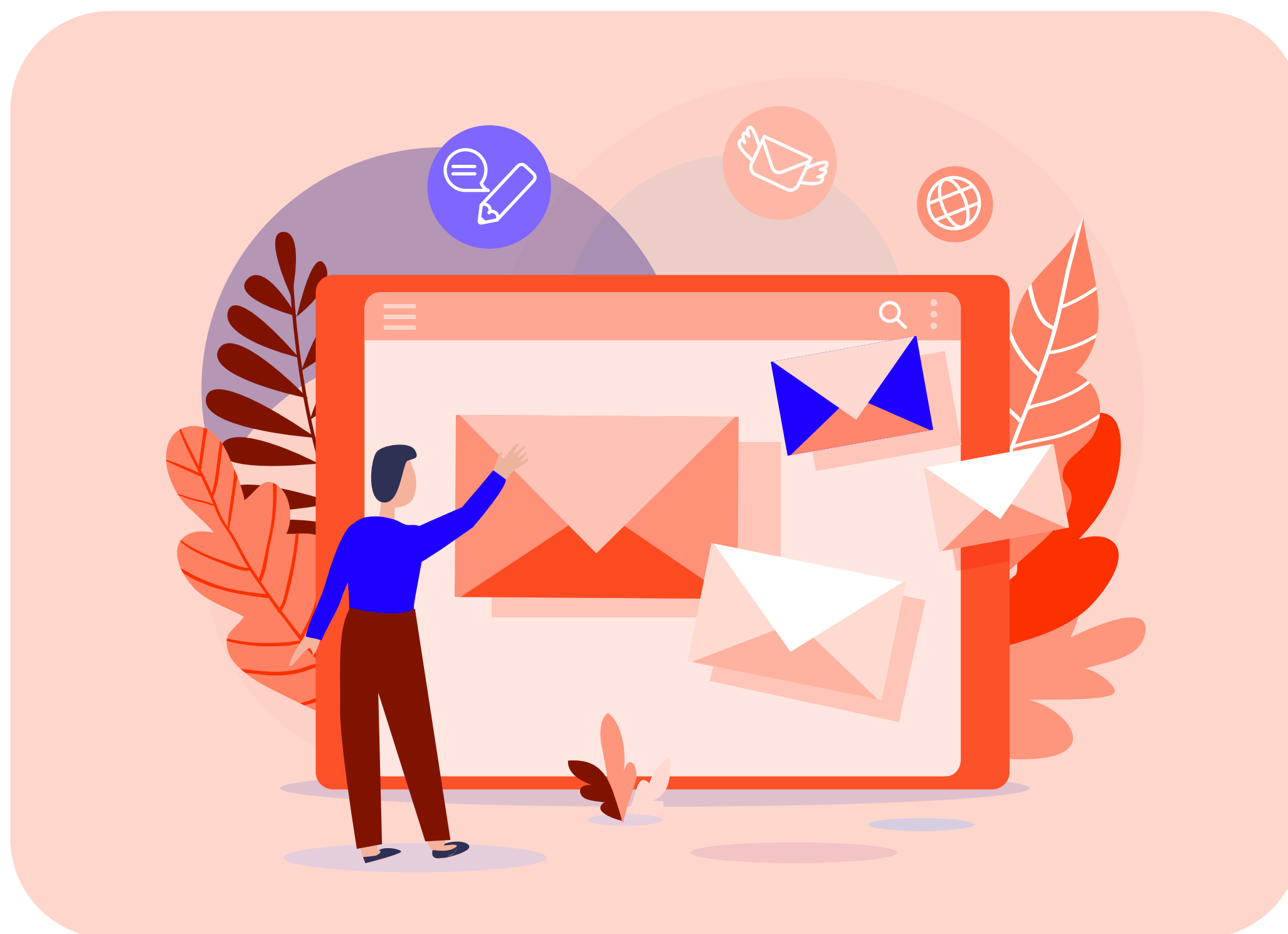
Para manter boas parcerias, antes de tudo, é fundamental eliminar as ruins, ou seja, é recomendável interromper a relação comercial com fornecedores que, por exemplo, não entregam serviços e/ou produtos com a qualidade esperada ou que não cumprem com os prazos definidos antecipadamente. Assim, o seu estabelecimento conseguirá ter um padrão de atendimento e permanecerá apenas com os parceiros com os quais é possível manter verdadeiramente uma relação positiva e vantajosa para ambos.

Mantenha os processos organizados

Para que seja viável fortalecer a relação estabelecida com os fornecedores, é indispensável conhecer bem o modus operandi de cada um deles. Nesse mesmo raciocínio, **também é importante que os seus parceiros estejam a par dos seus processos e das suas necessidades.**

Tendo um diálogo aberto e acordos mais claros, passa a ser viável manter uma cadeia de suprimentos e de vendas mais bem organizada, considerando os prazos internos e a disponibilidade para a sua clientela. Nesse sentido, é recomendável que haja garantias para ambas as partes que assegurem o atendimento dessas demandas da melhor forma possível.





Crie canais de comunicação

Mais um aspecto indispensável para tornar otimizado o relacionamento com os fornecedores é garantir uma comunicação tão fluída e clara quanto possível. Dessa maneira, torna-se mais fácil para todos os envolvidos obterem uma melhor compreensão acerca dos desafios, das concessões a serem feitas, das oportunidades, das possíveis melhorias etc. Então, **considerando o quanto a troca de informações é importante para uma relação produtiva, determine quais serão os canais de comunicação e defina um plano.**



COMO NEGOCIAR PARA CONSEGUIR ACESSO A MELHORES CONDIÇÕES?



Como dito, a fim de ter sucesso nas suas negociações, é superimportante manter em mente que o propósito deve sempre ser encontrar o melhor cenário para todos os envolvidos, ou seja, tanto para você — comprador — quanto para o seu parceiro de negócio. Em outras palavras, **jamais vá por um caminho em que o destino seja a iniciação de uma espécie de “disputa”**, pois isso não apenas afetará negativamente a relação de vocês, mas também comprometerá o seu nível de credibilidade. A seguir, veja como conduzir boas negociações.

Tenha um planejamento

Como todas as estratégias empresariais, a negociação com os fornecedores requer também um bom planejamento. Desse modo, não chegue a essa etapa sem saber o que você realmente busca, quais são as necessidades do seu estabelecimento e o que é melhor para o seu negócio. Isso é especialmente relevante para que você se mantenha firme frente a eventuais propostas que podem ser feitas e não estejam de acordo com as suas expectativas e para que esteja **munido de bons argumentos para discuti-las**.

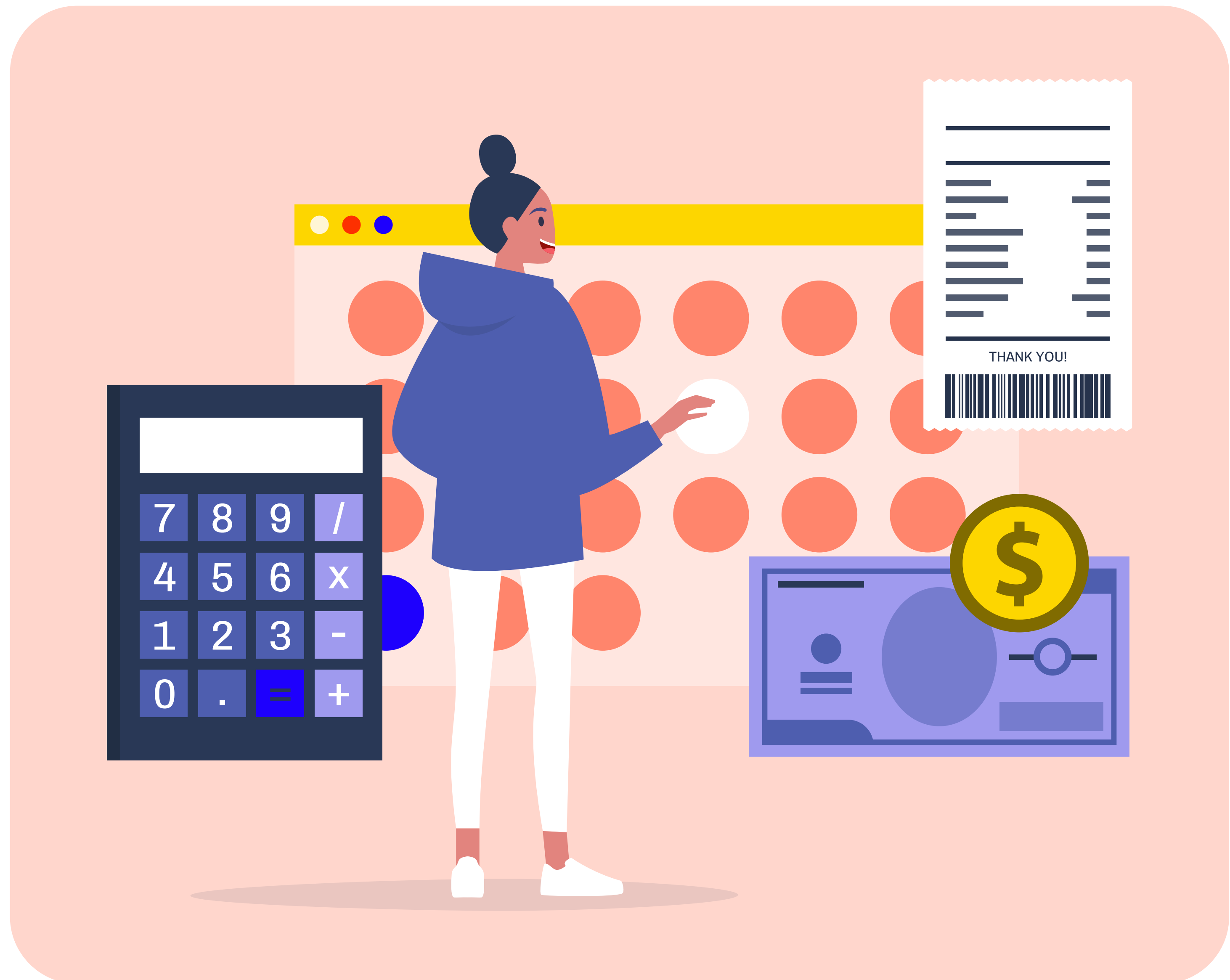


Alinhe os preços e os prazos

Complementando a dica anterior, o alinhamento dos prazos e dos preços é um dos estágios mais importantes durante a negociação. No entanto, lembre-se sempre de que uma boa parceria implica uma relação ganha-ganha. Então, não trate a discussão dos detalhes como uma disputa em que haverá um ganhador. **Novamente, o propósito não é “levar a melhor”, mas, sim, encontrar o cenário ideal para ambas as partes.**

Fortaleça os laços e conquiste a confiança

O fortalecimento dos laços com os fornecedores e a consequente conquista da confiança são dois fatores que podem garantir (e provavelmente garantirão) condições de pagamento e preços ainda melhores em longo prazo. Contudo, para isso, **é fundamental que você cumpra as promessas e demonstre comprometimento.** Ou seja, não tente renegociar questões já definidas e não atrase os pagamentos.





Utilize a tecnologia a seu favor

As videochamadas já tornaram as negociações muito mais fluídas e dinâmicas, principalmente em circunstâncias em que reuniões presenciais não eram uma possibilidade. Entretanto, contar com a tecnologia como uma aliada vai muito além disso, já que, entre outras coisas, ela pode viabilizar, por exemplo, que os acordos comerciais sejam assinados online, agilizando um processo que, em alguns casos — por exemplo, em razão da distância geográfica —, poderia ser muito moroso.

Ouçã bastante antes de falar

Na verdade, essa é uma regra que vale para praticamente qualquer estilo de negociação. Afinal, saber ouvir é indispensável para entender o que realmente o fornecedor é capaz de oferecer e como isso ocorreria na prática. Além disso, quando você permite que a outra parte fale primeiro, tem a chance de articular melhor as suas ideias, explicitando com mais clareza as suas demandas e comparando-as com o que foi proposto.

A partir disso, **torna-se mais fácil elaborar uma contraproposta que seja mais condizente à realidade do seu estabelecimento.**



CONCLUSÃO



Como você pôde ver, saber lidar com os fornecedores, não os enxergando como adversários, mas, pelo contrário, vendo-os como parceiros de negócio, faz toda a diferença para a manutenção de um bom relacionamento. Isso, por sua vez, impactará os seus resultados, já que, com a consolidação da relação e a construção da confiança entre as partes, será possível acessar um sem-número de benefícios, que poderão colocá-lo em uma posição privilegiada no segmento de A&B, destacando-o dos demais estabelecimentos.

Portanto, a partir de hoje, coloque em prática as dicas elencadas neste e-book e veja a qualidade dos serviços e produtos adquiridos aumentar, os custos operacionais do seu negócio diminuir e a sua vantagem competitiva ser elevada.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. **Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.**

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. **Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.**

