

1911/2011

Liderança, Inovação & Tradição

Instituto Superior de Economia e Gestão  
UNIVERSIDADE TÉCNICA DE LISBOA



PROGRAMAS EXECUTIVOS CEGE/ISEG

SEMINÁRIO

## Gestão de Compras



*Como definir e formalizar uma  
estratégia de compra por categoria*

18, 19 e 20 de Novembro

## SEMINÁRIO

# Gestão de Compras

### COORDENAÇÃO

Prof. Doutor Alberto Pereira (ISEG)

Prof. Doutor João Mota (ISEG)

Prof. Doutor Luís Ferreira (Universidade de Aveiro)

### ENQUADRAMENTO

Esta acção apresenta processos e ferramentas necessários para definir e formalizar a estratégia de compras para uma categoria específica. A metodologia e as ferramentas apresentadas são baseadas em abordagens de marketing utilizadas nas compras: Reverse Marketing

A estratégia de compra, para uma categoria específica, define o processo de concorrência entre fornecedores, a política de contratação e a implementação de orientações que conduzam à solução de compra. A definição da estratégia também deverá considerar questões internas, tais como: iniciativas que reavaliem as necessidades, simplificação de processos de procura, etc., que vão de encontro às exigências das empresas.

Esta acção está estruturada com base num processo e apresenta ferramentas para aplicação imediata.

### OBJECTIVOS

Compreender o processo e praticar, através de ferramentas, a construir uma estratégia de compra.

Aprender o porquê e como envolver membros de equipas multi-disciplinares no processo de definição da estratégia.

Aprender a estruturar e formalizar a estratégia de compra para uma melhor comunicação e promoção interna

### DESTINATÁRIOS

Compradores experientes que aspirem actualizar conceitos fundamentais na definição de estratégia.

Novos compradores que queiram adoptar um processo para definir e formalizar a sua estratégia de portfólio.

Utilizadores internos ou especialistas técnicos que estejam interessados em aprender como os compradores devem construir uma estratégia de compra.

### METODOLOGIA

A acção baseia-se em formação-acção através de uma combinação de apresentação de conceitos e workshops intensivos de aplicação para cada passo do processo e através de casos reais.

Os participantes são convidados a utilizar o seu próprio portfolio para implementação das ferramentas durante e após a formação.

Promove-se intensamente o trabalho em rede e partilha experiências entre os participantes.

### PROGRAMA

O processo e ferramentas de definição de uma categoria de compras:

- Compreender a necessidade – especificar
- Compreender a necessidade, segmentação, análise dos stakeholders, estrutura de custos e TCO
- Analisar o Mercado
- Identificar a complexidade do mercado, riscos, oportunidades, SWOTs e tendências
- Definir a Estratégia
- Posicionamento da categoria, alavancas internas e externas, análise da viabilidade versus contribuição
- Definir os planos de acção
- Gestão de Projecto, Implementação

### FERRAMENTAS

Ferramenta de trabalho: Ferramentas de Excel para documentar e gerir todos os passos do processo

Conjunto de modelos de Powerpoint para apresentar a estratégia à gestão e a membros da equipa multi-disciplinares.

### FORMADOR

#### Ohanes Missirilian

MBA, Mphil (DEA), Engenheiro  
Partner da Artus Associates  
Especialista de formação nas áreas de International Purchasing and Supplier Management



### FUNCIONAMENTO

Quarta, Quinta e Sexta no seguinte horário:

9h30 às 13h00 e 14h30 às 18h00.

Número máximo de participantes: 20

### CONTACTOS

CEGE - Centro de Estudos de Gestão do ISEG

Rua Miguel Lúpi, n.º 20 - Gab. 206 // 1200-725 Lisboa

Tel.: 213 970 264 // Fax.: 213 979 318

E-mail: cege@iseg.utl.pt