

## gestão de compras

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

27 a 29 de Outubro  
Lisboa, 2010

#### fundamentos

A credibilidade da área das compras depende, entre outros factores, da capacidade que os compradores têm de comunicar claramente a sua estratégia. Para isso necessitarão de:

- .um processo e ferramentas que suportem todo o processo de definição da estratégia;
- .uma atitude e um comportamento capazes de envolver os clientes internos, e de partilhar informações e objectivos.

A estratégia de compra, para uma categoria específica, define qual será a forma de gestão das necessidades internas da empresa e os fornecedores. Isso inclui 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, que vão ao encontro das exigências das empresas.

#### objectivos gerais da acção

Desenvolver uma visão clara do processo de definição de uma estratégia de compras a fim de poder partilhá-lo com os clientes internos da empresa.

Aprender como envolver os membros das equipas multi-disciplinares no processo de definição da estratégia de compras. Desenvolver um conjunto de ferramentas que suportem a estruturação e a formalização de uma estratégia de compras com vista a uma melhor articulação interna.

#### público-alvo

Compradores experientes que desejam actualizar os conceitos fundamentais para a definição de estratégias de compras.

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 compras.

#### metodologia

Serão utilizados, no processo de aprendizagem, os Métodos Activos. Após uma breve explicação de cada ferramenta, formam-se grupos de trabalho para praticar a aplicação das ferramentas em casos reais.

Existe a possibilidade de *coaching* individual após o programa para aqueles que queiram implementar as ferramentas nas suas próprias empresas.

*Ferramentas:* Excel e PowerPoint para documentar e gerir todas as etapas do processo; Um modelo de apresentação de estratégia de compras.



## Conteúdos programáticos

### dia 1

Introdução: a evolução da maturidade da função de compras e o conceito de Business Partner.

Como alinhar a estratégia de compras à estratégia de negócios da empresa?

Organização de compras: como alavancar o poder de compras da empresa e influenciar as especificações?

O processo e as ferramentas de definição da estratégia de uma categoria de compras:

.analisar o portfolio para priorizar acções: quais os segmentos de um portfolio que merecem uma atenção prioritária?

.compreender a necessidade – especificar, segmentação, análise dos stakeholders.

### dia 2

Compreender a estrutura de custos e TCO: como identificar oportunidades de redução de preço e custos internos?

Analisar o Mercado: identificar a complexidade do mercado, riscos, oportunidades, SWOTs e tendências, sistema de pricing dos fornecedores.

Definir a estratégia de compras:  
.construção da matriz de segmentação estratégica

.selecção das alavancas a serem implementadas: posicionamento da categoria, alavancas internas e externas, análise da viabilidade versus contribuição.

Definir os planos de acção: gestão de projecto, implementação e preparação de uma apresentação de alto impacto.

### dia 3

Definir o modo de gestão de performance:

.quais são os indicadores de performance do fornecedor?

.como gerir uma relação para a melhoria contínua?

."vender" a estratégia de compras internamente.

Como preparar SRM e introdução à gestão de fornecedores estratégicos:

.porquê SRM?

.o processo de gestão de fornecedores estratégicos.

.segmentar o portfolio de fornecedores.

Conclusão e definição de um plano de acção individual.

#### Duração:

21 horas

#### Data:

27, 28 e 29 de Outubro de 2010

#### Local de realização:

Av. José Malhoa, 16A  
Edifício Europa  
1070-159 Lisboa

#### Horário:

9:30 às 12:30 e das 14:00 às 18:00

#### Data limite de inscrição:

20 de Outubro de 2010; a acção decorrerá com o número mínimo de 12 formandos.

#### Preço de inscrição:

1.250,00 Euros. Este valor inclui documentação, certificado de frequência e almoço. Valores isentos de IVA. A inscrição fica completa após pagamento.

#### Descontos:

10% entidades com mais de 2 inscrições e associados da APCADEC—Associação Portuguesa de Compras e Aprovisionamento.

#### nota:

Descontos não acumuláveis.

#### Inscrições e informações:

www.unave.ua.pt

form.interempresas@unave.ua.pt

tlf.: 234 370 833

## Formador e coordenador

O formador é o Professor Ohanes Missirilian, MBA da Euromed, Mphil (DEA) Universidade de Toulon, Engenheiro pela Escola Politécnica da Universidade de São Paulo.

Partner da Artus Associates: [www.artus-associates.com](http://www.artus-associates.com).

Especialista de formação nas áreas de International Purchasing and Supplier Management.

Na sua carreira Profissional tem desenvolvido e ministrado formação em mais de 20 países para empresas como Alstom, Air Liquide, Valeo, BASF, Bayer, Galp, Unilever, Essilor, Sanofi-Aventis, Solvay, PSA entre outros.

Professor nos programas de Master e MBA: EM Lyon Business School, HEC Genève e EIPM.

A coordenação científico-pedagógica será da responsabilidade do Professor Luís Miguel Domingues Fernandes Ferreira, Professor Auxiliar no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, Coordenador do Curso de Formação Avançada em Gestão Industrial e Logística.

Alguns comentários:

*"Formação muito orientada para a nossa realidade"*

*"Grande capacidade de comunicação do formador e toda a sua experiência profissional"*

*"Excelente formação e que proporciona insights muito valiosos na área"*