

Organização e Gestão de Compras

Objetivos Gerais

Este Curso pretende dotar os participantes dos conhecimentos básicos essenciais ao estabelecimento, organização e gestão da Função Compras na Empresa, na perspetiva de Supply Chain Management.

Objetivos Específicos

No final do Curso os participantes saberão:

- Maximizar o benefício económico com as compras
- Efetuar o próprio diagnóstico, analisando as diferentes funções a desenvolver nas compras
- Motivar os compradores
- Orientar eficazmente as tarefas relacionadas com as compras
- Coordenar os interesses das atividades de compra com os da empresa
- Conseguir um clima de colaboração adequado com os fornecedores
- Elaborar e manter um "quadro de indicadores de gestão" das compras.

Destinatários

Este Curso destina-se essencialmente a Diretores e Responsáveis de Compras mas também aos restantes profissionais com responsabilidades nesta função.

Carga Horária

18 Horas

Conteúdos

1. A envolvente económica das empresas e a função compras

- Dimensões da economia de mercado.
- As Compras como motor de crescimento.
- A evolução da função Compras (Centralização, Externalização, "Facilities Management", e-procurement, ...).

2. As ferramentas da gestão estratégica das compras

- Determinação dos alvos no portfólio das Compras e as respetivas consequências táticas.
- Coerência em relação à política de compras.
- A otimização dos custos.
- Determinação dos critérios de avaliação dos mercados da oferta e da procura.
- A relação de poder mercado/empresa.

3. As tipologias de compras

- Gerir um portfólio de compras de acordo com os alvos e não por famílias de referências: determinação das tipologias dinâmicas de compras e ações a empreender.
- A construção de "Centros de Compras" (equipas de reflexão estratégica).

4. Análise dos constrangimentos das compras

- O marketing das Compras.
- Os constrangimentos das Compras.

- O diagnóstico da situação: matriz de estrangulamentos.
- As expectativas de acordo com o posicionamento.
- As consequências na estratégia de Compras.

5. A análise da complexidade das compras

- A vulnerabilidade no Aprovisionamento.
- A matriz da criticidade.
- As consequências na estratégia de Compras.

6. Definir as estratégias de compras e de negociação

- A avaliação do risco de Aprovisionamento.
- A avaliação do benefício e as estratégias possíveis.
- As relações cliente / fornecedor:
- Competitividade entre fornecedores;
- Parcerias;
- O *Just In Time*.

7. O funcionamento do serviço de compras

- Organização da função compras.
- A fixação de objetivos a curto, médio e longo prazos.
- *Benchmarking* interno e externo.
- Criação de um parque de fornecedores: homologação; colaboração.
- Agudizar a concorrência entre fornecedores.
- Melhorar o cumprimento de prazos.
- Outras vantagens da potência de compras.
- Os contratos. As garantias.
- Avaliação e acompanhamento de fornecedores.
- Os indicadores de gestão da função compras.
- A medição da "performance" do Serviço de Compras.

8. Os recursos humanos da função compras

- O profissiograma do chefe de compras.
- Que perfil de comprador? Management, delegação, responsabilização, cultivar e fazer progredir.

9. Situação atual e tendências futuras da função logística

- Tendências económicas.
- Auditoria Logística.
- Avaliação Logística dos Fornecedores.
- A Internet e a Logística.

10. A logística e supply chain management

- Redução de custos.
- Gestão da cadeia de aprovisionamentos.
- Estudo de casos práticos.