

## O Chefe de Compras – Formação Prática de Compradores

### Objetivos Gerais

Este Curso tem como objetivo dotar os participantes dos conhecimentos básicos essenciais a qualquer Chefe de Compras.

### Objetivos Específicos

No final deste 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 Chefes de Compras, Responsáveis por Aprovisionamentos e a todos os outros profissionais que tenham envolvidos e com responsabilidades ao nível das compras.

### 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 constrangimentos.
- 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;
  - *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 e 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?