

# A GESTÃO DE COMPRAS COMO UM PROCESSO ESTRATÉGICO

Alvaro Largura  
Farmacêutico-bioquímico (UFSC)  
Doutorando na USP (Análises Clínicas)



alvaro

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

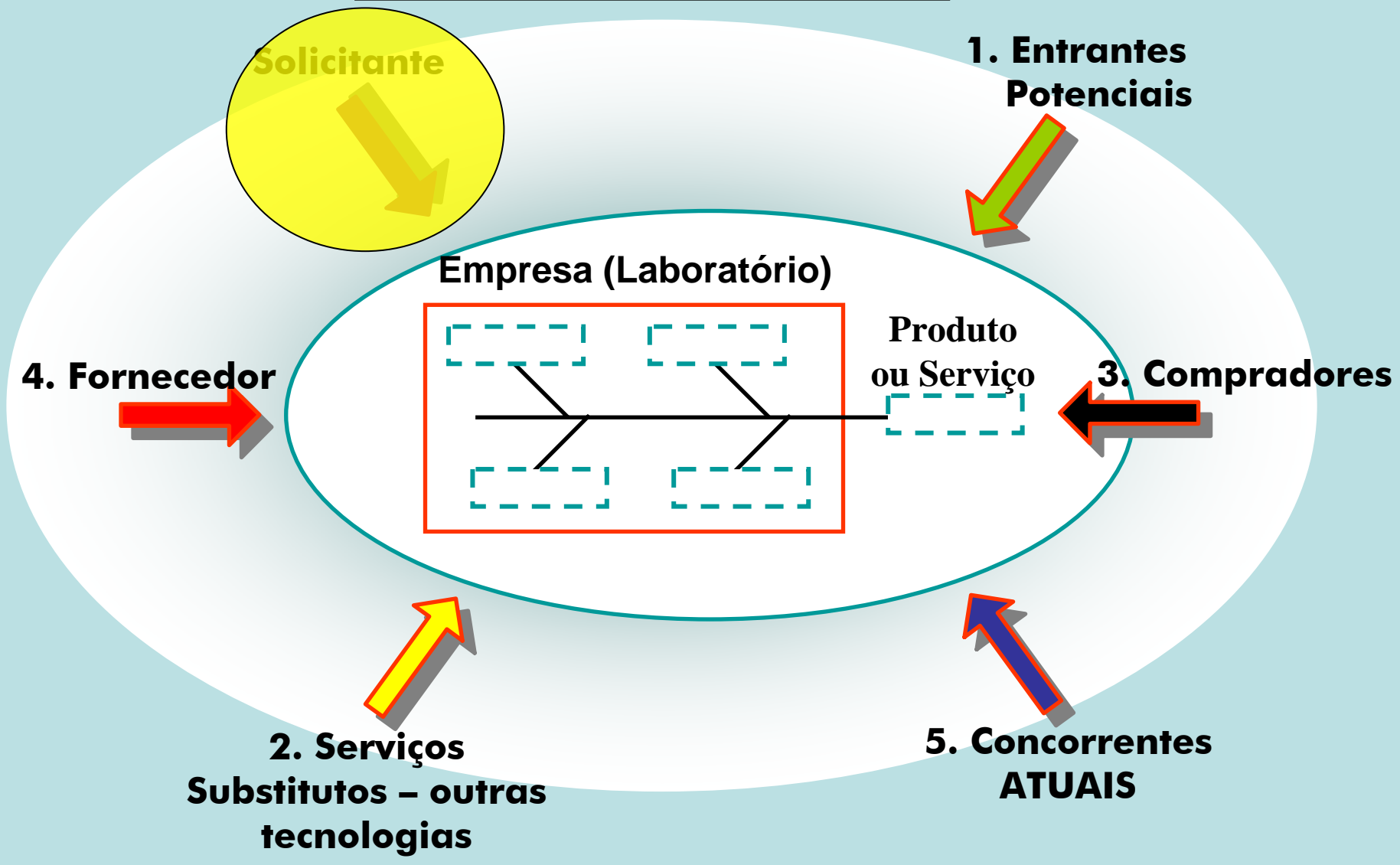
Apoio a Laboratórios

# FORÇAS QUE DETERMINAM A DINÂMICA DA COMPETIÇÃO

1. A entrada de novos concorrentes (nacionais ou internacionais)
2. A ameaça de substitutos (outras tecnologias)
3. O poder de barganha dos clientes (compradores de serviços)
4. O poder de barganha dos fornecedores (poucos fornecedores)
5. A rivalidade entre os concorrentes atuais



# DINÂMICA DA COMPETIÇÃO



**A gestão de compras faz parte do elenco de ações que diferenciam as empresas**

## **FORNECEDORES**

A parte mais importante e menos visível de uma estratégia diz respeito às

**Competências que a empresa vai construindo ao longo do tempo e que fundamentarão vantagens competitivas no futuro**



# GESTÃO DE COMPRAS

1. Redução no custo dos materiais e serviços adquiridos
2. Redução no custo do processo de compra
3. Redução no tempo do ciclo da compra
4. Monitoramento sistemático dos gastos
5. Melhoria na qualidade e níveis dos estoques



# ITENS RELEVANTES

- Menor preço unitário possível de compra
- Giro de estoque frente aos custos logísticos
- Análise de demanda –  
ciclo de pedido
- Análise de demanda e ferramentas de previsão
- Consumo médio (cálculos), estoque de segurança
- Ciclo de pedido



# Uma visão prática de envolvimento e apoio do fornecedor capitalizando as suas competências



alvaro

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

# EMPRESAS

**FORNECEDOR**

## INSUMOS

Reagentes

Químicos

kits

Equipamentos



**alvaro**

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

A terceirização como uma compra  
O terceirizador como fornecedor

**FORNECEDOR  
DE SERVIÇOS**

**LABORATÓRIO DE APOIO  
OU DE  
REFERÊNCIA**



**alvaro**

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

# Fornecedores já não são parente pobre



A gestão eficiente das **compras** e um «**outsourcing**» inteligente serão no próximo século uma das vantagens competitivas mais cobiçadas, segundo um estudo da ATKearney (1999)



alvaro

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

CLIENTE

X

FORNECEDOR



# FORNECEDOR

- qualidade
- preço competitivo
- entregas pontuais
- organizado
- estruturado
- habilidade no desenvolvimento de produto
- desenvolve produtos diferenciais
- íntegro (ÉTICO)
- confiável
- guarda informações confidenciais
- objetivos empresariais compatíveis com os do cliente
- se esforça para resolução de conflitos
- compreende as negociações do cliente
- compartilha informações de mercado
- é genuinamente preocupado com os negócios do comprador
- se preocupa com as prioridades

Quais outros diferenciais ????

FORNECEDOR

X

CLIENTE

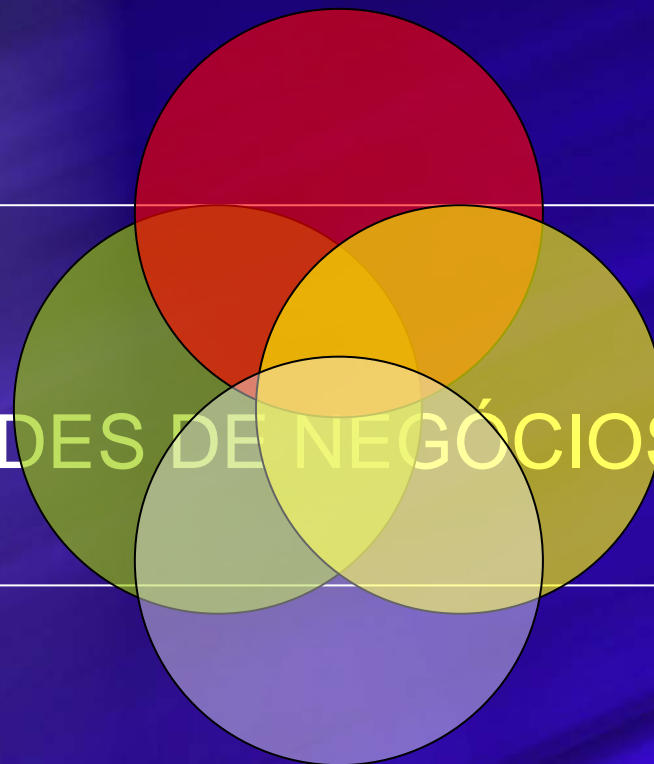


# «Excelência nas Compras»

**Encarar os fornecedores como parceiros de corpo inteiro** e não como meros mecanismos de redução de custos, conclui um estudo da consultora ATKearney sobre a «Excelência nas Compras»  
«Assessment on Excellence in procurement»

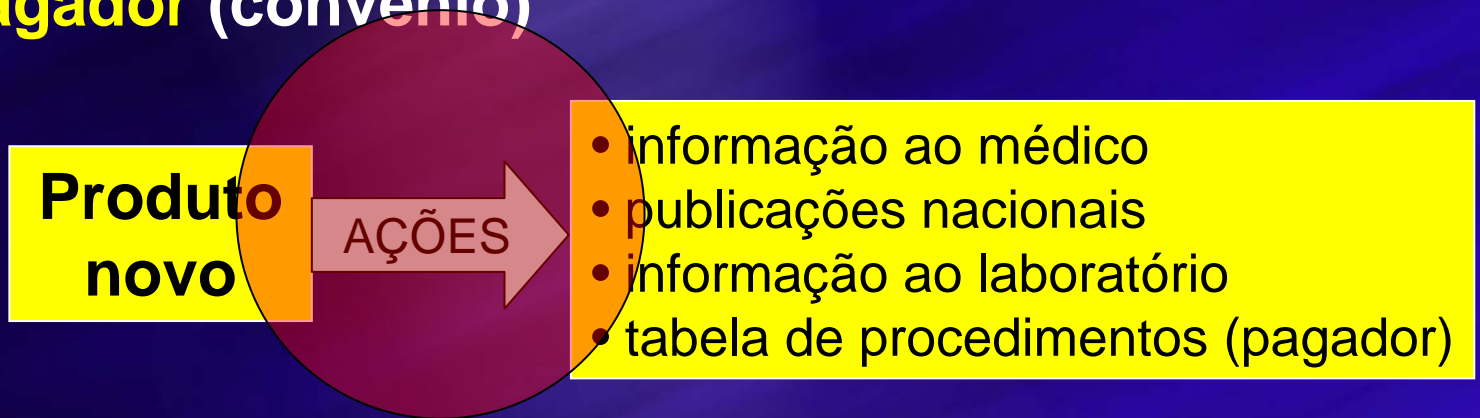
# FORMAS DE INTERAÇÃO DO FORNECEDOR (SINERGIA SAUDÁVEL)

1. NOVO PRODUTO
2. PESQUISA
3. NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS
4. PUBLICIDADE



# 1. NOVO PRODUTO

Integrar os fornecedores desde o início do processo de **divulgação** do novo produto (teste) para conseguir uma maior sintonia com as necessidades do cliente final e o **agente pagador** (convênio)



Ex : Imunoglobulina G4 (distúrbios alimentares)  
Her2 – quantificação no soro  
P53

**INFORMAÇÃO**

## 2. PESQUISA

Capitalizar o máximo com as competências dos fornecedores em **Investigação & Desenvolvimento, inovação e tecnologia**

Institutos de pesquisa  
Publicações



alvaro

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

### 3. NOVAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

**Estudar em conjunto com os fornecedores novas oportunidades de mercado**

Indicação

informações

Aplicações

Hospital

Convênio

Empresa

laboratório



## 4. PUBLICIDADE

- Desenvolver estratégias conjuntas de publicidade
- Informações (médico – cliente)

**Informativos**, jornais, congressos, sites na internet etc



# Uma situação desejável para os Laboratórios de Análises Clínicas

**ESTOQUE ZERO**

**ESTOQUE CONSIGNADO**

**FATURA BASEADA NO CONSUMO**

“Just in time”



**alvaro**

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios

# Grato pela sua atenção!



[alvaro@alvaro.com.br](mailto:alvaro@alvaro.com.br)



**alvaro**

Centro de Análises e Pesquisas Clínicas

Apoio a Laboratórios