

2º Congresso de Competitividade em Compras

29 de março de 2017

SÃO PAULO

INSCRIÇÕES
ABERTAS

ESTE CONGRESSO CONTARÁ COM A PRESENÇA DE DIVERSOS EXECUTIVOS DE COMPRAS DE EMPRESAS ASSOCIADAS E NÃO ASSOCIADAS PARA UMA JORNADA DE PALESTRAS, DISCUSSÕES E NETWORKING.

VENHA VOCÊ TAMBÉM PARTICIPAR E CONHECER AS ESTRATÉGIAS QUE FARÃO SEU DEPARTAMENTO O MAIOR CONTRIBUINTE PARA A COMPETITIVIDADE E CRESCIMENTO DE SUA EMPRESA.

Realização:



Patrocínio :



Apoio:



ASSUNTOS ABORDADOS



AS FERRAMENTAS ESSENCIAIS PARA UM EFETIVO PROGRAMA DE COMPLIANCE.

MARIA LEONOR DE F. RIOS - *ADVOGADA - ÉTICA & COMPLIANCE*



COMPETINDO PELO FUTURO: NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E NOVAS REGRAS DO JOGO

RICARDO AMOROSO - *DIRETOR DA TRANSFORMING CONSULTING*



DESAFIOS ATUAIS NAS NEGOCIAÇÕES DE CONTRATOS COM FORNECEDORES INTERNACIONAIS

EDUARDO HEINEMANN - *SÓCIO DA CAPITAL EXECUTIVO SOLUÇÕES EMPRESARIAIS*



TURNAROUND: DESAFIOS E FATORES DECISIVOS PARA O SUCESSO

WAGNER S. DE MORAES - *Executive Vice President at A&S PARTNERS*



ENTENDENDO O ECOSISTEMA DA INDÚSTRIA DE VIAGENS CORPORATIVAS

ALEXANDRE OLIVEIRA - *Managing Director LATAM - HRS GLOBAL HOTEL SOLUTIONS*



A DIVISÃO DO GASTO E A BUSCA DE ECONOMIA NO GASTO DA “CAUDA LONGA”

ADRIANO ROBLES - *GESTOR DE PROJETOS DE PROCUREMENT NA ACCENTURE BRASIL*



AMPLA INTERAÇÃO DOS PARTICIPANTES NOS PAINÉIS DE DEBATE

RESUMO DE ALGUMAS PALESTRAS



TURNAROUND: DESAFIOS E FATORES DECISIVOS PARA O SUCESSO

WAGNER S. DE MORAES

Executive Vice President at A&S PARTNERS

A única certeza que temos atualmente é que as coisas vão continuar a mudar rapidamente! As empresas que não conseguem perceber as mudanças mercadológicas que podem impactar sobremaneira em seus negócios, bem como não investem na modernização de suas plataformas, tem sofrido perdas fortes em suas operações que se refletem diretamente na queda de performance, perda de mercado, clientes e resultados. Essas empresas tem ficado para trás!! Nessas horas, as empresas precisam rever seus conceitos e modelos de gestão para que possam entender que tem algo errado e precisam “virar a mesa”, ou seja, precisam fazer um “turnaround”. Quais são os fatores críticos de sucesso para a retomada de performance? Quais áreas devo preservar e não correr riscos? Por onde devo começar? Como conduzir o processo de “turnaround”? Como o setor de compras pode fazer isso?? Estas são algumas perguntas que não podem ficar sem respostas e vamos construí-las juntos durante as discussões em nosso Congresso.”



COMPETINDO PELO FUTURO: NOVOS MODELOS DE NEGÓCIOS E NOVAS REGRAS DO JOGO

RICARDO AMOROSO - DIRETOR DA TRANSFORMING CONSULTING

Sabemos que as transformações tecnológicas que estamos vendo acontecer são marcadas por condições de Volatilidade, Incerteza, Complexidade e Ambiguidade (já conhecidas pela sigla VICA). Vem causando rupturas profundas no estilo de vida das pessoas e no ambiente de negócios no mundo todo. Manifestam-se de várias formas e em vários níveis de intensidade, mas não afetam a todos da mesma maneira. Portanto, saber lidar com essas transformações e avaliar seu impacto no modelo de negócios específico de cada organização é essencial. Implica muitas vezes em modificar profundamente nosso modo de competir e operar os negócios. Para os executivos de compras, saber lidar com esse mundo de mudanças em aceleração exponencial é igualmente relevante, na medida em que os processos de negócios e os parâmetros de tomada de decisão podem mudar repentinamente a cada instante. As reflexões e sugestões práticas que traremos neste congresso devem endereçar algumas questões desafiadoras sobre o presente e o futuro dos negócios. Afinal: Como a transformação digital e as tecnologias emergentes estarão moldando os negócios e influenciando nossa maneira de competir? Como entender o contexto das transformações e avaliar seu impacto no modelo de negócios e nas decisões estratégicas de cada organização? Como o pensamento estratégico e o impulso empreendedor acontecem na prática e como podem moldar as competências, habilidades e atitudes dos executivos de compras?

RESUMO DE ALGUMAS PALESTRAS



A DIVISÃO DO GASTO E A BUSCA DE ECONOMIA NO GASTO DA “CAUDA LONGA”

ADRIANO ROBLES - GESTOR DE PROJETOS DE PROCUREMENT NA ACCENTURE BRASIL

O gasto da cauda longa (ou Tail Spend) é uma despesa que contempla, no mínimo, 20% do volume total de gastos das empresas e (normalmente) não são gerenciadas, pois apresentam um alto volume de fornecedores e de transações e as áreas de compras contam com recursos internos limitados e não conseguem dedicar tempo e foco para essa demanda.

Por conta disso, gerir eficazmente o gasto da cauda continua a ser um grande desafio e oportunidade para muitos departamentos de compras.

A gestão do gasto da cauda longa (ou Tail Spend Management) é uma das maiores fontes de economia incremental disponível, visto que, via de regra, trata-se de um gasto com baixa influência das áreas de compras e, portanto, baixa visibilidade e, dentro do atual ambiente econômico, as empresas precisam focar esforços na busca de redução de custos. Sem dúvida, o gasto da cauda longa, pode auxiliar na melhoria dos resultados corporativos.

Para a obtenção dessa economia é necessária a implementação de um plano de redução do custo das operações de compras, focando no aumento da influência sobre o gasto gerido, incrementando ferramentas que possibilitem a melhor experiência de compra para usuários finais e reduzindo as chamadas compras “maverick”. Isso propiciará a melhoria da eficiência do processo e uma melhor alocação de tempo e recursos para o gasto da cauda podendo resultar em economia significativa de custos e aumento do ROI para a empresa como um todo.



ENTENDENDO O ECOSISTEMA DA INDÚSTRIA DE VIAGENS CORPORATIVAS

ALEXANDRE OLIVEIRA
Managing Director LATAM - HRS GLOBAL HOTEL SOLUTIONS

No cenário Latino Americano e em particular no Brasil, a concentração da demanda em cadeias hoteleiras globais, em grande parte pela enorme fragmentação da indústria, e a relevância das redes nacionais e dos hotéis independente exigem dos gestores de compras uma abordagem sistêmica e estratégica para maximizar suas negociações para hospedagem corporativa.

O ecossistema da indústria de viagens é também bastante complexo, com nichos específicos e desafios operacionais que mascaram os custos envolvidos na negociação e execução das políticas e dos programas de hospedagem corporativa. Esses e outros pontos importantes discutiremos durante o Congresso.

**Evento com total
interatividade entre público
e palestrantes!**

LOCAL DE REALIZAÇÃO

ESPAÇO FIT EVENTOS

Rua Peixoto Gomide, 282 - Jardim Paulista, São Paulo – SP
(Próximo ao metrô Trianon-Masp e Aeroporto Congonhas)



INVESTIMENTO

INVESTIMENTO NORMAL:

- ❖ R\$ 750,00 – FILIADOS CBEC
- ❖ R\$ 1.200,00 – NÃO FILIADOS CBEC

Incluso no valor:

Coffee break, almoço, coquetel de encerramento e certificado

DESCONTOS

- ❖ GRUPOS ACIMA DE 04 PESSOAS DA MESMA EMPRESA TERÃO DESCONTOS ESPECIAIS
- ❖ PARCELAMENTO EM ATÉ 3 VEZES SEM JUROS NOS CARTÕES DE CRÉDITO

Inscrições e Informações

Tel (11) 3774-0046 e (11) 3774-0045
cbec@cbec.org.br www.cbec.org.br