CBEC

inteligência em

COMPRAS

Julho - 2021 - wwww.cbec.org.br

CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL LATAM

Chegou a vez da Inovação Frugal!

Comunicação Corporativa! Muito além da assessoria de imprensa

Inovação na era pós COVID-19

Caro leitor,

Temos mais uma vez a satisfação de trazer a você nosso período com assuntos atuais e relevantes para área de compras/suprimentos.
Estamos vivendo tempos dificeis e cada vez mais, temos a necessidade de nos adptar, sair da zona de conforto e buscar novas formas de manter o relacionamento com os clientes, tentar novas oportunidades de trablho e nos manter atualizados.
Sabemos que a busca pelo conhecimento faz parte deste processo. Nesta edição traremos as atualidades quanto a formação profissional em compras, agora com validade LATAM.
Certamente essa certificação é de suma importância para você que trabalha ou pretende trabalhar em uma multinacional. Afinal no Brasil não há exigência deste tipo de certificação, porém, um destaque no curriculo é sempre muito bem visto pelos gestores.
Você pode fazer a diferença!

Lisley Pólvora
VP Executiva

CBEC

inteligência em
COMPRAS

Expediente

VP INSTITUCIONAL
Laerte Farina

COORD. DO CONSELHO DELIBERATIVO
José Eduardo B. Barros

CONSELHEIRO
Fernando F. Moura

VP EXECUTIVA
Lisley Pólvora

DIRETOR RIO DE JANEIRO
Filipe Barroso

DIRETOR MINAS GERAIS
Marcelo Waller

Nós, do CBEC, queremos estar a cada dia mais perto de você e estamos também nas redes sociais.

Conheça nossos perfis!

@cbec- Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras

Para mais informações: cbec@cbec.org.br
www.cbec.org.br | 11 37740045

Parceiros:

GRUPO ARIZONA

nimbi

WM TRADING

CAFÉ COM COMPRADOR

ABRACOM
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

Mostre para o mercado o que você tem de melhor

O Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras - CBEC é uma associação sem fins lucrativos, fundada em 2004, com abrangência nacional que visa fortalecer o setor, promovendo, capacitando e certificando profissionais de compras supply chain e logística.

Tem cerca de 100 empresas associadas em todo território brasileiro, sendo estas empresas de nível nacional e multinacional. São mais de 1.500 profissionais de compras associados e cerca de 40mil contatos da área de compras ligados ao CBEC

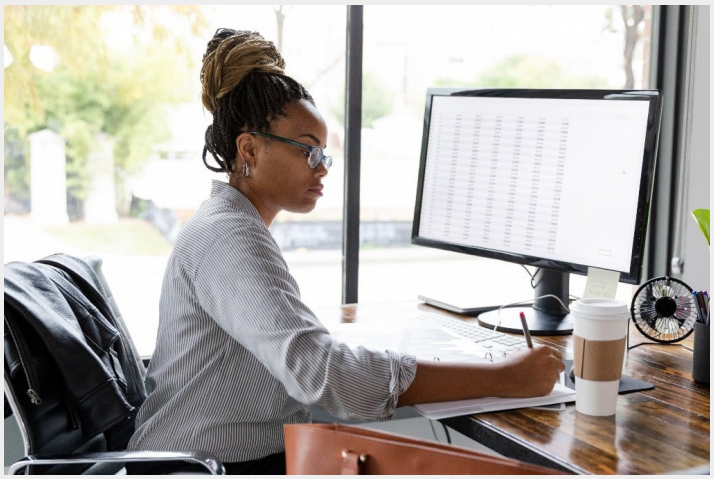
CERTIFICAÇÃO PROFISSIONAL LATAM

Até muito recentemente, na América Latina estávamos pelo menos 50 anos, senão mais, atrasados em relação a outros países em termos de preparação e grau de profissionalização das áreas e pessoas de compras. O *Institute for Supply Management - ISM*, existe desde 1916, mas só muito mais tarde é que lançou o seu programa de certificação profissional.

Sempre foi privilégio dos países desenvolvidos ou das grandes corporações treinar e "certificar" seus compradores com base em modelos de gestão de última geração, que dificilmente compartilhavam.

Com a globalização e obviamente com a entrada de muitas multinacionais na América Latina, as boas práticas e os padrões mundiais em nossa geografia começaram a ser conhecidos. Mas o *copy-paste* dos termos e processos a que estamos acostumados na América Latina não garantiu que, quem trabalha em Compras SABE REALMENTE DA PROFUNDIDADE E ESCOPO DE SEU TRABALHO. Digo isso porque em muitos anos de treinamento na América Latina tive a oportunidade de treinar pessoas de grandes empresas, com vários anos de experiência, que não sabem diferenciar uma RFQ de uma RFP, ou que nunca fizeram uma análise de suas categorias na Matriz Kraljic! Quase ninguém poderia ser considerado um profissional da Arquitetura, apenas repetindo e replicando o que vê no dia-a-dia, sem um treinamento real no assunto.

E neste momento que as Associações de Compras da América Latina passam a desempenhar um papel vital, preocupando-se



em fazer algo pelas pessoas de Compras e por seus países: Levar os padrões e boas práticas de compras em todo o mundo para o benefício da indústria, buscando profissionalizar uma disciplina que em qualquer país ajuda a gerar maior competitividade, sustentabilidade e valores agregados de todos os tipos. Ou seja, uma profissão de alto impacto no desenvolvimento da indústria e do país.

Não é desconhecido de nós que trabalhamos com compras a luta constante contra o paradigma de que “comprar é fácil” e “para isso não precisas de preparação”. Quão enganados estão aqueles que pensam que comprar a matéria-prima mais importante para a produção da empresa é tão fácil quanto comprar uma camisa ou uma calça! Mas queiramos ou não, esse paradigma persiste e temos que encontrar uma forma do mercado entender que quem trabalha em compras não exerce um ofício, mas sim uma profissão.

A diferença com outros países começa justamente pelo reconhecimento que esses países avançados, sua indústria e sua alta administração têm no que diz respeito à disciplina de compras.

Em alguns países é requisito para trabalhar na área de Procurement, ter uma certificação profissional como *CPSM, SCMP, APICS, CIPS* (entre outros), justamente pelo valor que se reconhece à disciplina, e noutros (como na Alemanha), compras e suprimentos é uma carreira profissional!

E por que deveria ser diferente na América Latina? Trazer esses padrões para a América Latina, com um nível internacional, nos idiomas locais e de forma muito mais acessível do que os outros modelos e certificações, começa a fechar o gap em termos de profissionalização da disciplina de Compras e Suprimentos.

É justo reconhecer que o México a Associação APROCAL tem sua certificação CPAM desde 2002 e no Brasil o Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras - CBEC tem a certificação CPP desde 2012. Mas a partir deste ano o CBEC se unindo as Associações Latino-Americanas com certificação própria homólogas as nossas certificações (todas com padrões internacionais) para que se desse o "despertar" ou boom (até agora nascente) da necessidade de profissionalizar a disciplina de compras, para colocar nosso grão de areia na geração de uma região mais competitiva.

É importante, neste ponto, fazer uma clareza (a que me causa profunda tristeza). Ao contrário de outros países e continentes, na América Latina no Brasil NÃO É OBRIGATÓRIO possuir uma certificação profissional para atuar em Procurement.

Este é o reflexo claro de que o paradigma de "comprar é fácil" ainda é muito forte. Mas além disso, penso que também é culpa dos nossos compradores por não exigirem (ou pelo menos lutarem) pela posição estratégica que nos corresponde, deixando claro para as áreas de Recursos Humanos e Alta Direção que temos padrões internacionais que nos sustentam a nossa gestão, além de uma Federação Internacional (IFPSM) que garante a divulgação das boas práticas.

Não obstante o anterior, o trabalho de muitas Associações de Compras na América Latina tem despertado grande interesse dos compradores em adquirir maiores conhecimentos, atualizar-se e adquirir uma certificação profissional que os acredite como tal. E não porque a sua empresa o exija (algumas já o fazem na Colômbia), mas porque, ao fazê-lo, demonstram ter um conhecimento profundo dos padrões globais e das boas práticas que regem a profissão. Quem não opta por uma certificação profissional em Compras são aquelas vozes dissidentes que mandam uma mensagem errada ao mercado: *"Não me certifico porque o meu trabalho não precisa. Eu exerço um ofício, que não tem o nível de PROFISSÃO. Podem me pagar menos do que um profissional certificado"*.

Felizmente, a criação de outras Associações de Compras em outros países da América Latina onde elas não existiam (Chile, Peru) e a adoção de uma Certificação como a CPCA®, são a prova de que na América Latina a consciência da importância da Compra e que nossos Profissionais de compras certificados em padrões internacionais estão no mesmo nível que os profissionais de compras nos países "avançados" do mundo. E que melhor, num ambiente tão globalizado, do que ter uma certificação que nos permite trabalhar com os mesmos elevados padrões, em qualquer país da região com o qual sejamos homologados.

Associações Certificadoras

CBEC
Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras

Asociación Colombiana de Profesionales en Compras

AACAM
Asociación Argentina de Compras y Administración de Materiales

apeproc

aprocal
Asociación de Profesionales en Compras, Abastecimiento y Logística, A.C.

APCO
Asociación Chilena de Profesionales de Compras

Sobre o autor

Douglas Regueros Mora
IFPSM - Presidente Región Americas - Federación Internacional de Compras y Abastecimiento IFPSM - Presidente ACOPC

www.acopc.com.co

CERTIFIED PURCHASING PROFESSIONAL- CPP

INÍCIO EM SETEMBRO/2021

Projetado sob os mais altos padrões e melhores práticas em todo o mundo, essa certificação promove e valida seus conhecimentos e habilidades, contribuindo para sua profissionalização permanente

- **136 horas de aprendizado online**
- **Certificado com validade LATAM**
- **Total interação com os instrutores**
- **Aulas às terças e quintas-feiras**
- **Das 19hs às 21hs (ao vivo)**
- **Profissionais certificados terão destaque no site CBEC**

REALIZAÇÃO:

CBEC
Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras

IBCEC Treinamentos

ASSOCIADOS CBEC TEM DESCONTO ESPECIAL!

Informações: WhatsApp 11 95294-8396 | E-mail: cbec@cbec.org.br
www.cbec.org.br

PENSOU EM
IMPORTAR?
Solicite um orçamento conosco
(27) 98161 0055
www.wmtrading.com.br
WM
TRADING

REDUÇÃO DE CUSTOS

Empregamos **16 anos de experiência em planejamento logístico, financeiro e cambial**. Obtemos **benefícios fiscais e tributários** para garantir que a sua empresa obtenha os **melhores resultados com o menor custo possível**.

TRANSPARÊNCIA

Agimos em conformidade com o nosso **Programa de Compliance** para **mitigar os riscos** nas operações dos nossos clientes. Além disso, as informações do processo são disponibilizadas de forma a se ter uma **visão analítica das informações** disponíveis a **qualquer hora e lugar.**

SEGURANÇA

Entregamos **soluções personalizadas** e temos um **alto conhecimento em importações**. Com 10 anos de certificação ISO 9001 **garantimos segurança nas operações**.

COMUNICAÇÃO CORPORATIVA MUITO ALÉM DA ASSESSORIA DE IMPRENSA

A pandemia da Covid-19 acelerou o processo de digitalização e virtualização das relações de trabalho. Com o confinamento e o distanciamento necessários para controlar a disseminação do vírus a maioria dos segmentos econômicos se viu diante do trabalho em home office e da suspensão parcial ou até total das operações presenciais. Esse movimento obrigou as empresas a buscarem novas formas de conexão com seus públicos estratégicos. E foi aí que o setor de comunicação corporativa ganhou força e mais relevância junto a seus clientes.

Acostumados a gerenciar crises, ágeis e conectados, profissionais e agências do setor deram demonstrações instantâneas de que poderiam ser os geradores dessas conexões que estão garantindo a sobrevivência e até mesmo o crescimento de empresas nos mais variados setores.

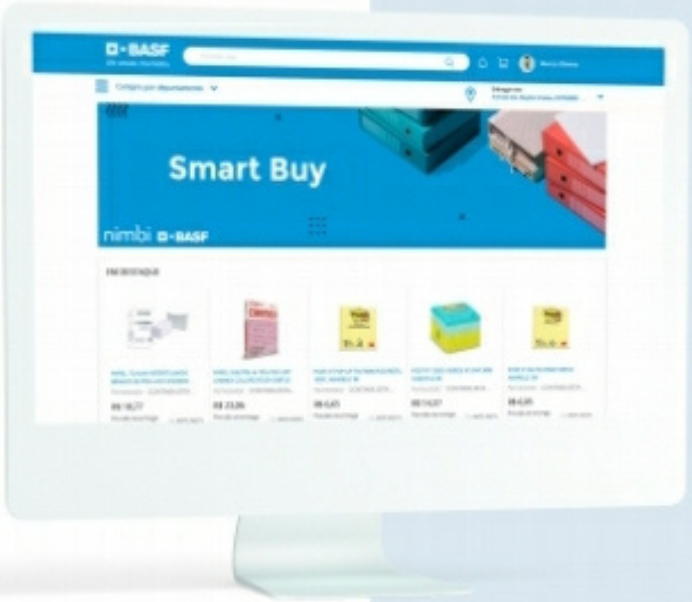
Produzir conteúdos, criar e manter canais nas redes sociais, gerenciar relacionamentos com todos os stakeholders de sua empresa mostram que os associados da Abracom são capazes de entregar muito mais do que assessoria de imprensa, o serviço pelo qual somos mais conhecidos. São mais de 160 agências associadas em todo o Brasil com uma carteira de cerca de 90 produtos e serviços, que envolvem também ações monitoramento, inteligência artificial e BI aplicados à comunicação, para fazer com que as mensagens de sua organização cheguem aos públicos certos, no momento oportuno para gerar empatia, engajamento e, principalmente, manter a reputação em alta.

Para ajudar na contratação serviços de comunicação, a Abracom criou um guia com 10 passos para uma concorrência legal. Dicas simples e práticas para que a compra dos produtos e serviços seja segura e vantajosa para ambas as partes.

Sobre o autor

Carlos Henrique Carvalho
Presidente-Executivo da Associação Brasileira das Agências de Comunicação – Abracom

www.abracom.org.br



nimbiprivate

uma loja de Compras exclusiva para a sua empresa

10 motivos para conhecer o Nimbi Private

Custo zero
Não pague nada para usar.

Personalizado
Tenha um *martketplace* exclusivo para a sua empresa.

Maior economia
Selecionamos e negociamos os melhores preços para você. Já são mais de 20 mil produtos negociados!

Fácil de usar
É um e-commerce B2B com a experiência de compra do B2C.

Transparência
Preços com impostos e frete destacados na sua loja.

Segurança
Loja 100% segura.

Do seu jeito
Aplique as políticas de compras e de pagamentos da sua empresa.

Maior produtividade
Enquanto você foca na estratégia da área, nos cuidamos de toda a negociação e cadastro de produtos.

Mais rápido
Conceda acesso aos requisitantes e ZERE seu lead time.

Plug and play
É plugar e utilizar todos os benefícios.

Entre em contato: comercial@nimbi.com.br

CBEC em ação

Acreditamos que o desenvolvimento do ecossistema de compras, é fortemente impactado pela capacitação dos profissionais, que nele atuam, os quais devem estar atualizados com as principais ferramentas de gestão, de forma a obterem os melhores resultados no processo de aquisição, alinhados com os objetivos estratégicos do negócio.

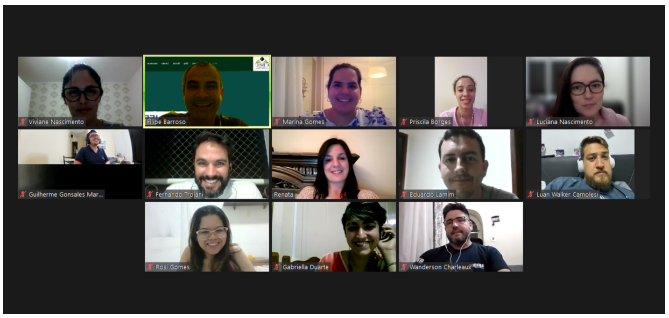
O CBEC, objetivando a melhoria constante da facilitação do relacionamento com o mercado, disponibiliza dos canais para atendimento das demandas de profissionais e empresas, quanto a capacitação das equipes:

- Cursos abertos online e presencial
- Treinamento in company online e presencial

Os treinamentos in company, possuem como diferencial a possibilidade de atendimento a características específicas do mercado de atuação da empresa contratante, podendo serem customizados qanto ao conteúdo e o tempo de duração. Além disso, podem ser desenvolvidos projetos especiais, que atendam a necessidades apontadas, pelo cliente.

Todos os cursos disponíveis em nossa trilha de capacitação disponível em: https://cbec.org.br/cursos/, podem ser apresentados no modelo in company.

VEJA ALGUNS CURSOS ONLINE REALIZADOS!



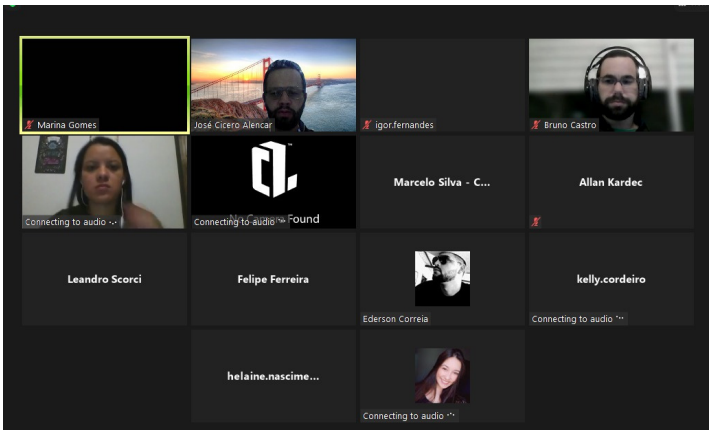
FORMAÇÃO PARA COMPRADORES 13 A 16.04.2021

STRATEGIC SOURCIG 23 A 26.03.2021

GESTÃO ESTRATÉGICA EM COMPRAS

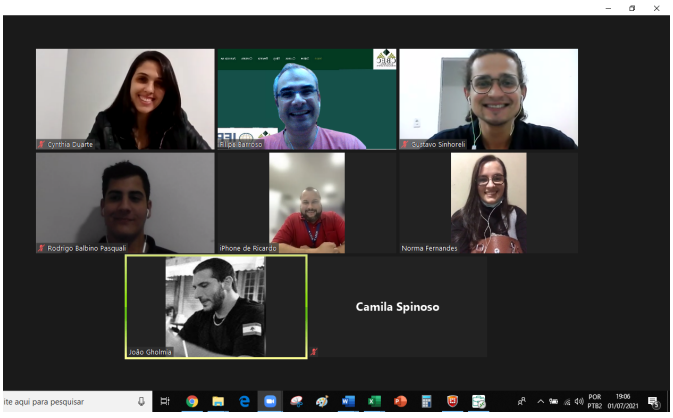
STRATEGIC SOURCIG

INTELIGÊNCIA EM COMPRAS



GESTÃO TRIBUTÁRIA PARA COMPRADORES

TECNICAS PARA NEGOCIAÇÕES EM COMPRAS



FORMAÇÃO PARA COMPRADORES

PRÓXIMOS CURSOS ONLINE:

- Gestão Tributária para Compradores – Dias 13, 14, 15 e 16/07
- Inteligência em Compras - Dias 20, 21, 22 e 23/07
- Lean Strategic Sourcing – Dias 02, 03, 04 e 06/08
- Elaboração de Contratos - Dias 10, 11, 12 e 13/08
- Gestão de Fornecedores - Dias 16, 17, 18 e 19/08
- Gerenciamento de Aquisições e Contratações em Projetos - Dias 23, 24, 25 e 27/08
- Técnicas para Negociações Estratégicas – Dias 24, 25, 26 e 27/08
- Lean Agile em Suprimentos- Dias 08, 09, 10 e 13/09
- Gestão Estratégica em Compras - Dias 13, 14, 16 e 17/09
- Lean Stratégic Sourcing - Dias 22, 23, 24 e 27/09
- Formação para Compradores - Dias 28, 29, 30/09 e 01/10
- Gestão de Fornecedores - Dias 04, 05, 06 e 07/10
- Inteligência em Compras - Dias 12, 13, 14 e 15/10
- Técnicas para Negociações Estratégicas - Dias 18, 19, 20 e 21/10
- Gestão Estratégica de Contratos - Dias 26, 27, 28 e 29/10
- Gestão Tributária para Compradores - Dias 03, 04, 05 e 08/11
- Gestão Estratégica em Compras - Dias 08,09,10 e 11/11
- Planejamento Estratégico Aplicado a Compras - Dias 16, 17, 18 e 19/11
- Técnicas para Negociações Estratégicas - Dias 22, 23, 24 e 25/11
- Gestão de Estoques - Dias 29, 30/11, 01 e 02/12
- Lean Strategic Sourcing - Dias 01, 02, 03 e 06/12
- Técnicas para Negociações Estratégicas - Dias 06,07,08 e 09/12
- Inteligência em Compras - Dias 13, 14, 15 e 16/12

Detalhamento de todos os cursos no site:
WWW.CBEC.ORG.BR/CURSOS

Mais informações: WhatsApp: 11 95294-8396 | E-mail: cbec@cbec.org.br

CBEC
Conselho Brasileiro dos Executivos de Compras

JÁ TOMOU UM CAFÉ HOJE?
PROFISSIONAL RECOLOCADO NO MERCADO
SOCIAL
CAFÉ COM COMPRADOR
PALOMA ARCANJO
ALESSANDRO JOAQUIM
PODCAST
EU TOMEI UM CAFÉ COM O PESSOAL DO
HELIO MEIRIN
CAFÉ COM COMPRADOR

CHEGOU A VEZ DA INOVAÇÃO FRUGAL

O que é necessário?

A pergunta pode provocar uma boa reflexão, ainda mais quando na frase não há sujeito revelado nem referência de contexto. Os mais pragmáticos devem estar se perguntando: “Necessário para quê? Necessário onde?”

Para a palavra “necessário”, os dicionários costumam sugerir significados do tipo “imprescindível”, “preciso” ou “inevitável”.

Será que de alguma maneira a pandemia de COVID-19 nos levou a mudar a percepção do que sempre tratamos como necessário? Será que em nenhum momento recente, passamos a olhar para algo e repentinamente percebemos que não era tão preciso, inevitável ou imprescindível assim?

O ato de rever o que supostamente era necessário, muito provavelmente fez com que pessoas tanto no âmbito pessoal quanto em suas atuações profissionais, especialmente como gestores que exerçam funções de planejamento em suas organizações, tenham percebido que certas coisas (às vezes muito custosas), deixaram de ser necessárias ou sequer foram necessárias um dia.

Tudo isto se fez necessário pois em vários cenários a pandemia causou restrições, e as restrições trouxeram a necessidade de repensar a maneira de atuar.

Por muito tempo a mentalidade de abundância tem provocado comportamentos pouco críticos com relação ao que é ou não essencial.

Pensamos todo tempo em melhorar pela adição de recursos, sejam atributos físicos ou funcionalidades. De certa forma, o senso comum sobre inovação e as chamadas para que as organizações sejam sempre inovadoras pressionam esta direção que é seguida por gestores das empresas.
Inovações que alterem a percepção de valor do consumidor fazem sentido tanto para a evolução dos mercados e do consumo quanto para continuidade e crescimento das empresas. No entanto, há modelos de inovação pouquíssimo difundidos nas falas midiáticas, que não são simbolizados no imaginário das pessoas por meio de puffs nem post its e não têm o Seve Jobs nem Elon Musk como criadores. São as abordagens de inovação baseadas em restrição, um fenômeno extremamente relevante em economias emergentes há mais de duas décadas.

Inovação Baseada em restrição:

São várias as abordagens surgidas nos últimos anos (Inovação good-enaugh, catalítica, gandiana, jugaad, entre outras). No entanto, em 2010 um conceito criado a partir de uma publicação do The Economist acabou ganhando mais olhares de pesquisadores a ponto de ser mais bem conceitualizado e de certa maneira, sobrepor as demais: a Inovação Frugal.
Se você for brasileiro ou brasileira e estiver lendo este artigo próximo a data da publicação, provavelmente é a primeira vez que está diante da expressão “Inovação Frugal”.

Também não seria arriscado dizer que boa parte das pessoas não tem familiaridade nem com a palavra “Frugal”, porém esta de maneira isolada pode soar familiar para leitores de dietas ou estilos de vida. Frugal pode significar alimentação com frutos, ou viver uma vida de maneira moderada. Quando o termo frugal vem precedido da palavra inovação, o significado passa a ir muito além de uma simples contingência de recursos.
Inovação frugal significa e tem como critérios fazer algo novo, com custos reduzidos (comparado a solução anterior), com foco nas funcionalidades essenciais e promovendo otimização de desempenho.

A inovação frugal ganhou espaço nas economias emergentes, sendo documentada inicialmente e em maior quantidade na Índia, país que incubou a criação da inovação frugal mais famosa até os dias atuais, o Tata Nano, conhecido como o carro mais barato do mundo.

O veículo foi lançado por 1.500,00 dólares na Índia e teve produção e venda por dez anos até sair de linha. O carro só contava com o suficiente para andar, longe de oferecer mordomias aos usuários, o foco da fabricante Tata Motors era atender uma parte da população que vivia em severas restrições de recursos financeiros e precisava de uma solução barata para locomoção.

Tata Nano foi uma das primeiras inovações frugais documentadas e assim classificadas, embora não a mais exitosa. O grande simbolismo deste projeto foi apresentar ao mundo até onde se pode chegar com uma mentalidade orientada à busca de soluções em ambientes de restrição

Em resumo, este modelo de inovação surgiu em economias emergentes onde empresas contornavam adversidades entregando alternativas de consumo para classes sociais que sem produtos ou serviços focados apenas nas necessidades essenciais (que vão desde absorventes até incubadoras portáteis para bebês), ficariam desabastecidos de determinado item. Apesar da inovação frugal ter surgido nas economias em desenvolvimento (das quais o Brasil faz parte), existe uma chamada muito grande feita pelos especialistas, para que a inovação frugal seja incorporada na estratégia das organizações de economias maduras.
O raciocínio é que apesar das economias maduras não sofrerem com tantas restrições de ordem econômica, a disponibilidade de recursos, especialmente os naturais, pode causar situações de escassez. Isto pode se dar tanto pela natureza finita de alguns recursos quanto pelas projeções de aumento populacional, que provoca uma necessidade de maiores quantidades de recursos.

Inovação Frugal no Brasil:

No contexto brasileiro, cabe dizer que por ser a única economia emergente situada no ocidente, o fenômeno não foi tão observado, estudado e documentado como nos outros países, com imenso destaque para Índia e China. Fato é que o Brasil é um solo fértil para a inovação frugal, pela alta concentração de pessoas na parte de baixo da pirâmide socioeconômica entre as classes mais pobres ou na classe média.

Seja pela natureza estrutural da escassez presente nas economias emergentes, seja pelas projeções de restrições de recursos, a pandemia de Covid-19 de alguma maneira acelerou muito do que era projetado. Já estamos convivendo com estatísticas de aumento da pobreza e com demandas por itens que a indústria não tinha capacidade de produzir.

Um exemplo que certamente está na memória dos brasileiros e brasileiras é o da indisponibilidade de álcool em gel, quando as práticas de prevenção de contágio foram incorporadas no comportamento da população. Brigas em supermercados foram noticiadas por grandes veículos de comunicação revelando que os corredores de supermercados tiveram dias de ringue nas fases mais agudas da escassez de álcool em gel 70%. A indisponibilidade aconteceu devido ao aumento repentino da demanda (totalmente compreensível e evidente). Porém, uma outra indisponibilidade causou problemas na cadeia produtiva do álcool em gel. Trata-se do espessante polímero acrílico carbômero, responsável por dar consistência de gel ao álcool.

A pressão para produzir álcool em gel e abastecer a população foi gigantesca, e fez com que as indústrias adaptassem soluções alternativas usando materiais à base de celulose para espessar o álcool, disponibilizando ao consumidor uma versão percebida como “grudenta”.

Embora esta versão do álcool gel tenha sido motivo para piadas e “memes” na internet, foi uma solução importantíssima desenvolvida pelas indústrias com todas as características de inovação frugal orientada pela restrição. A contribuição do álcool com espessante celulósico em um momento de escassez mundial dos carbômeros, abasteceu a população de um produto que cumpre sua funcionalidade essencial. Além disso, garantiu a sobrevivência de várias pequenas indústrias de cosméticos que estariam em risco, uma vez que seus produtos de recorrência deixaram de ser consumidos a ponto de causar severas quedas de faturamento.

Além do exemplo das indústrias de cosméticos, várias inovações com características frugais surgiram pressionadas pelos problemas trazidos pela pandemia. A Universidade de São Paulo desenvolveu pesquisas que chegaram a um respirador de baixo custo, a fim de sanar um problema grave de indisponibilidade de respiradores e o alto preço de aquisição. Pequenas empresas de confecção e até mesmo pessoas físicas produziram máscaras reaproveitando tecidos para que os protocolos de segurança pudessem ser seguidos e pudessem conseguir renda com a comercialização.

Inovação frugal na era pós COVID-19:

Cada fase da pandemia pressionou o surgimento de diferentes soluções frugais, mas o mundo pós pandemia não será diferente, o Banco Mundial notificou que após 20 anos de queda, a pobreza mundial em 2020 registrou aumentos e com projeções de aumentos ainda maiores em 2021, com relação às causas, o COVID-19 não está sozinho, teve a companhia de conflitos políticos e mudanças climáticas. De maneira geral, os públicos tendem a ficar mais sensíveis a preço abrindo espaço para a busca por contrapartidas econômicas em suas relações de consumo (preços baixos e benefícios em geral).

Chegou a hora de incorporarmos a inovação frugal nas estratégias empresariais. Não é preciso começar com projetos complicados e mirabolantes. A inovação frugal pode começar com projetos mais básicos, em um simples "repensar" o que realmente é "necessário". Experimente projetar algo subtraindo o que não é necessário, analisando o quanto essa mudança diminuiria os custos, consequentemente os preços e ocasionando um possível aumento no alcance do produto ou serviço.

Em um mercado sensível a preço, quem souber jogar com as regras do jogo pode sair na frente. Assumir a escassez ao invés de ignorá-la pode fazer com que você projete soluções de imenso potencial, com possibilidade até mesmo de alcançar resultados disruptivos. Tudo começa com a ideia de "necessidade", se há uma necessidade, e você consegue uma solução que retira o que não é necessário, sua direção será para construir algo de baixo custo, simples de usar e com atributos sustentáveis, tudo isso pode garantir um grande diferencial para a sua organização e para a sociedade.

Sobre os autores

Allan Nunes Soares - allan@medicatriz.com.br
Mestrando em Administração / Gerente de Operações da Medicatriz Dermocosméticos

Davi Lucas Arruda de Araújo - davi.araujo@facamp.com.br
Doutor em Administração de Empresas / Professor do curso de Administração da FACAMP e do Mestrado Profissional em Administração da UNIB**.**

Paolo Edoardo Coti-Zelati - paolo.coti-zelati@facamp.com.br
Doutor em Administração de Empresas / Coordenador e Professor do curso de Administração da FACAMP.

Referências

ONU. Organização das Nações Unidas. **Pobreza extrema aumenta pela primeira vez em 20 anos, diz Banco Mundial**. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/10/1728962>. Acesso em: 5 mar. 2021.
SOARES, A. N.; ARAÚJO, D. L. A. Inovação frugal diante do Covid-19: soluções alternativas para produção de álcool 70% nas indústrias de cosméticos. In: **Anais do XXIII Seminários em Administração (SEMEAD)**. São Paulo: USP, 2020.
THE WORLD BANK. International Bank for Reconstruction and Development. **Reversals of fortune.** 2020. Disponível em: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34496/211602ov.pdf>. Acesso em: 5 mar. 2021a.
THE WORLD BANK. **Covid-19 pode levar mais 150 milhões de pessoas para a extrema pobreza até 2021**. 7 out. 2020. Disponível em: <https://www.worldbank.org/pt/news/press-release/2020/10/07/covid-19-to-add-as-many-as-150-million-extreme-poor-by-2021>. Acesso em 5 mar. 2021b.

GLOSÁRIO DE COMPRAS

Separamos este espaço para listar algumas nomenclaturas e abreviações que são utilizadas na nossa área.

Bidder list Lista de fornecedores responsáveis por um determinado produto ou serviço.

Benchmarking: Processo em que produtos, serviços e práticas empresariais são comparados

Big Data: É o nome dado a um grande volume de dados armazenados, usados para análise e controle de informações e processos.

Break down: Termo utilizado para se referir à estrutura de valor de um produto que será comprado.

BSC (Balanced Scorecard): Metodologia de medição e gestão de desempenho de empresas

BPO (Business Process Outsourcing): Terceirização de Processos de Negócio. Em geral, são os processos operacionais de negócio, não ligados diretamente ao core business da organização.

CAPEX (Capital Expenditure): Despesas de capital ou bens de capital.

CLM (Contract Lifecycle Management): Criada para permitir uma visão gerencial do ciclo de vida dos contratos, com o objetivo de alcançar melhores resultados em compras.

Compliance: Conjunto de disciplinas para fazer cumprir as normas legais e regulamentares, as políticas e as diretrizes estabelecidas para a empresa com intuito de evitar, detectar e tratar qualquer desvio ou inconformidade.

Cost avoidance: Esse conceito é relativo ao custo que o comprador consegue evitar

Core Business: A parte principal de um determinado negócio de uma empresa que deve ser trabalhado estrategicamente.

CFOP: Código Fiscal de Operações e Prestações

E-auction (Leilão Eletrônico) – Modalidade de leilão feito por meio da internet

E-procurement :Processo de compra e venda por meio de uma plataforma eletrônica

Incoterms: São Termos Internacionais de Comércio.

KPI (Key Performance Indicator) Indicador-chave de desempenho é usado para medir o desempenho dos processos de uma empresa.

Leadtime: É o tempo total de determinada atividade.

Letter of Intention - É um documento que descreve o entendimento entre duas ou mais partes cujo entendimento pretendem formalizar em um contrato juridicamente vinculativo

NDA (non- disclosure agreementes) É um contrato que protege os direitos sobre as informações trocadas durante a negociação e execução da obra ou serviço, além de informações divulgadas a colaboradores, investidores ou terceiros.

Outsourcing: São atividades internas que são terceirizadas buscando o corte de gastos desnecessários.

OPEX (Operacional Expenditure): Despesas operacionais.

MRO (Manutenção, Reparo, Operações): Compras de manutenção, reparo e operações.

MRP : Planejamento das necessidades de materiais

Outsourcing : Atividades internas que são terceirizadas buscando o corte de gastos desnecessários.

OTIF (On Time in Full): Métrica ligada à performance de entrega de um fornecedor, considerando o volume total de produtos entregues e no tempo adequado.

PDM (Padronização de Descrição de Materiais):Serve para identificar e descrever produtos e serviços de uma base de compra e estoque de uma empresa.

Performance Management: Administração da performance para análise e aperfeiçoamento das atividades.

RFI (Request for Information) pedido de proposta é um inquérito de mercado feito pelo comprador e emitido para potenciais fornecedores a fim de encontrar soluções mais complexas e de maior valor.

O CBEC é representante exclusivo no Brasil da IFPSM - International Federation of Purchasing and Supply Management entidade internacional que congrega associações de Compras de 45 países, que representam mais de 250.000 profissionais de Compras no mundo.

IFPSM
INTERNATIONAL FEDERATION OF PURCHASING & SUPPLY MANAGEMENT

www.ifpsm.org

Faça parte deste grupo e leve seus produtos e serviços para as mais diversas empresas nacionais e multinacionais ligadas ao CBEC.

Associe-se ou seja um Patrocinador.

CBEC

Conselho Brasileiro
dos Executivos de Compras

Para mais informações:

www.cbec.org.br | (11) 3774-0045

cbec@cbec.org.br