

Evolução tecnológica e as mudanças observadas na área de compras

Carolina Cabral (*)

A área de compras sempre foi considerada parte executora dentro do operacional, e muitos gestores não tinham a exata consciência da importância do setor para o resultado financeiro da companhia

A evolução das tecnologias, sobretudo as consideradas 4.0, estão modificando esse panorama. Grande parte dos profissionais de procurement afirmam que a transformação digital vai mudar o futuro da área nos próximos anos, de acordo com um estudo realizado pelo The Hackett Group.

Gestores, líderes e profissionais em geral da área de compras já adotam na rotina diária tecnologias que permitem aperfeiçoar o processo, seja pela implementação de ferramentas que utilizam recursos como computação em nuvem e inteligência artificial, ou mesmo com a adoção de metodologias ágeis na gestão dos indicadores com vista à sua otimização. O objetivo é buscar cada vez mais o cenário no qual redução de custo e ganho de produtividade caminhem juntos.

Com esse diagnóstico, já é possível observar reestruturações cada vez mais estratégicas, contando com profissionais capacitados e com tecnologias para suportar esse novo cenário. Com as ferramentas adequadas, é possível aplicar as melhores práticas e fazer a gestão destas. Com isso, permite-se que todo o processo se torne mais ágil e simples. Alguns benefícios da utilização da tecnologia são agilidade nos processos, respeito às melhores práticas de governança (compliance) e aumento de produtividade.

Algumas das mudanças observadas com essas evoluções impactam a relação dos compradores com seus parceiros e fornecedores.

Negociações estratégicas

Com as tecnologias adequadas, pode-se estruturar a troca de informações entre compradores e fornecedores ao longo do processo. Seja por meio de um marketplace ou por intermédio de parceiros homologados da rede privada do comprador. Com a ferramenta certa, cria-se processos de sourcing que permitem realizar diversas modalidades de leilão, além de solicitar informações, cotações e propostas ao mercado. Deste modo, o comprador define a dinâmica do bid, desde a identificação do melhor fornecedor

(qualitativo) como também da melhor oferta (quantitativo).

Certificação e homologação

Encontrar, validar e homologar parceiros, além de verificar informações financeiras e jurídicas dos fornecedores, são requisitos fundamentais para atender às melhores práticas de governança corporativa e de compliance. Com o uso da tecnologia, a implementação desses processos se tornou muito mais ágil. A organização das informações por marcadores, status, segmentos ou qualquer informação cadastral se dá de forma automatizada. Mais do que isso, realizar um processo de homologação de forma transparente permite que o fornecedor tenha acesso a todas as informações online, bem como o comprador.

Redução de custos na operação

O uso da tecnologia na gestão de compras das companhias ajuda na simplificação dos processos, sobretudo por reduzir telefonemas, troca de e-mails, redigitação e tabulação de informações, entre outras atividades comuns. Todas essas ações passam a ser realizadas de forma automática. É possível notar também a redução do custo de aquisição e de processamento de uma compra. Esse resultado permite analisar todos os custos envolvidos pela área e também de todos os KPIs apurados de forma estruturada e em tempo real. A melhora da relação com os fornecedores se torna evidente, principalmente no que diz respeito à transparência.

Se a tecnologia já apresenta diversas inovações para o setor de compras das companhias, existe, por outro lado, desafios a serem superados e o principal deles é o da mudança cultural. A reatividade normalmente existe pelo desconhecimento dessas tecnologias e não entendimento de como essa mudança é estratégica e benéfica para a empresa. Esse processo de convencimento vem junto com a evolução presenciada no setor de compras.

O setor está vivendo um momento em que as empresas não estão levando em consideração apenas o preço, mas sim os riscos, a performance e o compliance. Com isso, as tecnologias consideradas 4.0 ganham cada vez mais força. A inovação dos produtos e serviços, os novos modelos de negócios e a digitalização dos processos só são possíveis por meio de cloud computing, business intelligence, analytics, machine learning e Big Data.

(*) É sócia-diretora da Nimbi, especialista em tecnologia para a cadeia de suprimentos. (<http://www.nimbi.com.br>).

Você sabe o que são Cobots?

Estamos no momento da quarta revolução industrial, que está sendo impulsionada por vários temas que proporcionam uma transformação dos negócios. No meio deles, um que tem chamado a atenção são os Robôs Colaborativos, chamados de Cobots, desenvolvidos para trabalhar ao lado do ser humano

Carlos Eduardo Boechat (*)

Esse é um mercado que cresce exponencialmente no mundo todo e que tem ganhado cada vez mais espaço na indústria nacional. Somente em 2018, a expectativa é que se tenham centenas de Cobots instalados na indústria brasileira. Já em 2019, estima-se um crescimento que superará o dobro do ano anterior.

Os Cobots, por serem automatizados e incansáveis, proporcionam maior produtividade, melhor competitividade e evitam falhas nos processos causadas por fadiga, por exemplo. Atividades e tarefas com problemas de ergonomia também podem ser executadas pelos mesmos. Os Cobots são totalmente seguros, atendendo às normas e procedimentos de segurança.

Além disso, esses robôs podem "trabalhar" 24 horas, 7 dias por semana, e possuem tamanho compacto. O fato de serem leves, a baixa complexidade e a fácil instalação são facilitadores para a adoção dos Cobots e que os diferencia de robôs convencionais.

Os robôs colaborativos são máquinas que podem executar trabalhos ao lado do ser humano na linha de produção, realizando tarefas sensíveis com precisão milimétrica. Eles também atuam em condições insalubres, realizando tarefas que trariam um elevado desconforto aos seres humanos ou mesmo grandes riscos à vida do trabalhador.

Indústrias que trabalham com pelo menos dois turnos e que possuem atividades repetitivas em sua produção, certamente são potenciais usuárias dos Cobots. No momento, a utilização tem sido maior em Indústrias Automotivas, Farmacêuticas, Alimentos, e Bebidas e Bens de Consumo. Porém, já estamos observando o interesse e algumas implantações em Indústrias de Processo como Siderurgia, Mineração, Cimento, e Papel e Celulose.

Em termos de aplicações, estima-se que no Brasil, 50% são em Paletização e os outros 50% se dividem em Inspeção e Qualidade, Análise e Testes de Laboratório, Solda, Encaixotamento, Montagem, Pick and Place, CNC, Injetora, Prensagem e Estamparia, entre outros.

A solução Robótica Colaborativa pode variar dependendo da aplicação. Em alguns casos é utilizado garras nos robôs, já em outros casos ventosas, e dependendo da aplicação, faz-se necessário o uso de sistemas de visão. Outros equipamentos como scanners de segurança também costumam compor a solução.

Diante da Indústria 4.0 e da Convergência da Tecnologia de Automação (TA) e Robotização com a Tecnologia da Informação (TI), uma possibilidade que agrega valor às indústrias é o Monitoramento Remoto em Tempo Real dos Robôs Colaborativos, sendo



possível mostrar dados e resultados, mensurar a produtividade e gerar relatórios.

Com relação ao mercado de trabalho, podemos dizer com segurança que haverá uma mudança gradual na estrutura de trabalho com os robôs colaborativos. Sendo assim, não haverá diminuição, mas sim uma alteração nas oportunidades de emprego e especializações.

Mas para gerar ainda mais valor e facilitar a aprovação de investimentos na tecnologia, parte das empresas ao redor do globo tem procurado o modelo de OPEX, sendo esse através de Leasing ou Aluguel, permitindo assim que o ROI (return of investment) seja quase que imediato. Os custos de adoção dos Cobots pela indústria são muito mais baixos se comparado a adoção de outros robôs e trazem benefícios imediatos ao chão de fábrica.

Já outras empresas preferem ainda o modelo de CAPEX, o qual possui um ROI menor do que dois anos na grande maioria das aplicações.

Também existem empresas que adotam a estratégia de contratar uma consultoria para elaboração do Roadmap da Indústria 4.0, traçando um diagnóstico que desvende qual o nível de evolução em que a indústria se encontra, desenvolvendo a rota para alcançar os conceitos, e indicando os próximos passos e as tecnologias a serem adotadas.

Neste modelo, avaliam-se vários temas da Indústria 4.0 como Robótica Colaborativa (Cobots), Realidade Aumentada, Soluções e Plataformas IoT, Eficiência Energética, Virtualização Fabril, Machine Learning, Analytics e Big Data, além de Integração do ERP com o Chão-de-Fábrica.

O excelente ROI, a urgência de ganho de produtividade e competitividade, além da necessidade de uma redução de headcount, são fatores de decisão para que os Cobots sejam um dos primeiros temas a constar no Plano Diretor do Roadmap da Indústria 4.0 e a serem implantados nas indústrias.

Para quem pretende comprar um Cobot, o aconselhável é que verifique quantos turnos a indústria possui, qual o peso do material envolvido, o ritmo de produção e qual a aplicação ideal para colocar o primeiro Cobot observando onde existem tarefas repetitivas ou com problema de ergonomia. Na sequência, o recomendado é achar um parceiro que possa fornecer as melhores condições de instalação, reparo e manutenção, e que possibilite o melhor modelo de adoção, seja OPEX (Leasing ou Aluguel) ou CAPEX, para o negócio.

(*) É diretor de negócios e head de Indústria 4.0, IoT e Automação da Cast group.

E-commerce deve se preparar para o Black Friday com o máximo de antecedência

Desde que chegou em terras brasileiras, em 2010, a Black Friday, dia de descontos organizado pelo varejo na última sexta-feira de novembro, tem se consolidado como uma das mais importantes datas para o comércio no país, tirando, inclusive, muitos comerciantes do 'vermelho'.

Apenas para ter uma ideia, a data, que costuma zerar os estoques das lojas, movimentou cifras exorbitantes: somente em 2017, o evento movimentou a marca total de R\$ 2,1 bilhões.

E apesar de ter se popularizado também nas lojas físicas, o período – bastante aguardado por milhares de brasileiros que buscam comprar produtos e serviços de todos os tipos com grandes descontos – tem como foco prioritário o e-commerce.

Para 2018, esse número tende a aumentar, apesar de esse ano ter sido bastante atípico para o varejo, com eventos como a greve dos caminhoneiros, que causou um prejuízo milionário a algumas categorias de comerciantes, e a Copa do Mundo, a qual costuma aumentar o faturamento de determinados setores, como eletroeletrônicos (televisores e celulares), vestuário (camisetas personalizadas) e outros que desenvolvem produtos que remetem a esse universo da bola, além de bares e restaurantes e hotéis; mas causa retração em outros segmentos que não são vinculados à Copa e acabam sofrendo com as paralisações causadas pelos jogos.

Diante de uma demanda tão crucial para a economia como um todo e para a reputação das marcas envolvidas no processo, é fundamental que as lojas online antecipem o quanto antes o seu planejamento. E não me refiro apenas a detalhes mais óbvios, como controle de estoque e layout customizado. É preciso ficar atento a questões, por exemplo, como segurança, já que essa época é um chamariz para todo o tipo de fraude na internet.

Se o lojista deseja se precaver em relação a isso, principalmente se ele for um micro ou pequeno empresário, precisa reservar uma verba para investir com mais ênfase em segurança da informação, a fim de evitar danos à estrutura da rede e, principalmente, o roubo de informações confidenciais, não só da empresa, mas dos seus clientes. E esse processo, obviamente, não é feito do dia para a noite. É necessário realizar testes de segurança para avaliar os pontos fracos, além de otimizar os serviços utilizando



configurações automatizadas, introduzir processos de certificação digital, entre outros detalhes, principalmente se for a primeira vez do e-commerce em um evento de alto impacto.

Outra questão importante que merece antecipação é a criação de campanhas. Caso o empreendedor queira realizar ações assertivas, que engajem um número expressivo de pessoas e torne a marca conhecida antes mesmo da

época do Black Friday, fazendo com que o cliente fique ávido pela entrada dos produtos com descontos em seu site (sem nem fazer questão de pesquisar em outros), precisa direcionar uma parte dos investimentos para ações de mídia. Para isso, a recomendação é contratar uma agência especializada em marketing digital que desenvolva e monitore essas atividades, fazendo a gestão de métricas no Google ADS, Facebook e outras plataformas; ou uma equipe para cuidar do marketing do seu negócio.

Sem mencionar, é claro, as etapas do planejamento financeiro, que incluem a avaliação da situação atual da empresa e do cenário econômico, reserva de capital de giro, entre outros detalhes; e de logística, onde devem ser observadas as etapas de frete e entrega. Quem trabalha com e-commerce deve se fazer a seguinte pergunta: "meus fornecedores estão preparados para o crescimento exponencial da demanda nessa época do ano?".

Enfim, esses são apenas alguns dos exemplos nos quais o empreendedor necessita dispensar atenção, tempo e dinheiro. Estamos há praticamente quatro meses do Black Friday e, enquanto muitos gestores acreditam que o evento esteja distante do ponto de vista do planejamento, na minha opinião, já passou da hora de as empresas iniciarem a sua investida para alcançar o público que ainda não conhece a sua marca ou conquistar de vez aquele que talvez até seja cliente cativo da sua loja física, mas que ainda não tem a confiança necessária ou o hábito de comprar no seu e-commerce. O caminho é longo, mas os resultados o justificam. Antecipe-se e colha os frutos.

(Fonte: Denis Casita é especialista em Marketing Digital e CEO da Performa Web. Graduado em Administração para Internet pela FIAP, possui especializações na área de Marketing Online, Análise e Planejamento Financeiro, Técnicas de Feedback e Liderança pela FIA, além de ser Especialista em Search Marketing).

News @TI

Novo recurso de manifestação de NFe com rastreamento da operação

À fim de facilitar a rotina contábil de micro e pequenas empresas, a Sistema Grátis – empresa de softwares e soluções empresariais – apresenta um novo recurso de Manifestação de destinatário de Nota Fiscal Eletrônica no Sistema Grátis. O recurso, disponível na ferramenta de gestão on-line, auxilia quem precisa organizar e acompanhar os eventos ocorridos em cada nota fiscal emitida contra o CNPJ da empresa. A Sistema Grátis disponibiliza quatro versões de software: Grátis, Micro, Pequeno e Médio - todos contam com suporte. Para conhecer a ferramenta, basta acessar o link: www.sistemagratis.com.br

Laboratório de inovação tecnológica para desenvolvimento da Indústria 4.0 no país

À OMRON, empresa global líder em automação industrial, anuncia o lançamento no Brasil do laboratório de inovação tecnológica Proof of Concept (PoC). Com o objetivo de contribuir para o desenvolvimento da Indústria 4.0 no país, o PoC brasileiro conta com tecnologia de ponta para testar as últimas tendências em soluções integradas de automação industrial, incluindo robótica, redes industriais, segurança e controle de qualidade. O Proof of Concept da OMRON está presente em países-chave entre os 117 em que a empresa possui operações. Por meio dele, a OMRON viabiliza testes e validações de sistemas que se comunicam em rede (EtherCAT, EtherNet/IP, OPC UA etc.), geram dados que ajudam na tomada de decisão e aplicações de inteligência artificial. Este processo minimiza riscos de falhas nas aplicações e garante o retorno do investimento em automação (<https://www.omron.com.br/>).