

AQUISIÇÃO DE SUPRIMENTOS

MODELO
SANTA CASA BH







Maior complexo hospitalar de Minas Gerais - o terceiro maior do Brasil - formado por unidades que registraram, somente em 2012, mais de 3,5 milhões de atendimentos.

- Atendimentos gerais: média de **226.661 / mês**
- Leitos: **1.314**
- Internações: média de **3.800 / mês**
- Cirurgias: média de **2.086 / mês**
- Partos (Maternidade Hilda Brandão): média de **321** por mês
- Corpo clínico: **1.178** médicos credenciados
- Funcionários em regime CLT, residentes, especializando e estagiários: **5.101**



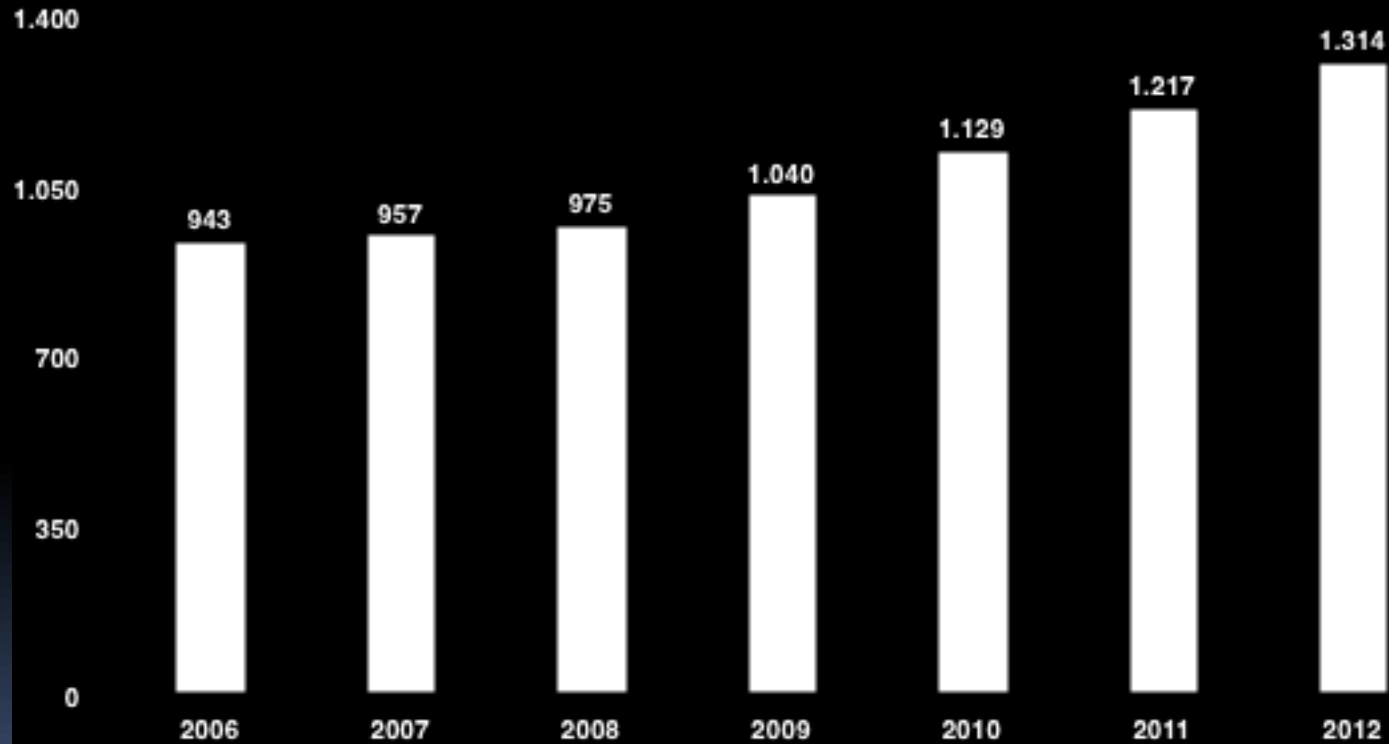
Atendimento ao Sistema Único de Saúde – SUS

Consultas, procedimentos ambulatoriais, exames, internações, partos e cirurgias.

- 35 especialidades médicas
- Atendimento a 23,88% da demanda de procedimentos de alta complexidade, da região metropolitana de BH, e a 9,13% desta demanda em Minas Gerais.
- Dos pacientes atendidos na Santa Casa BH, cerca de 40% é originário do interior de Minas Gerais.

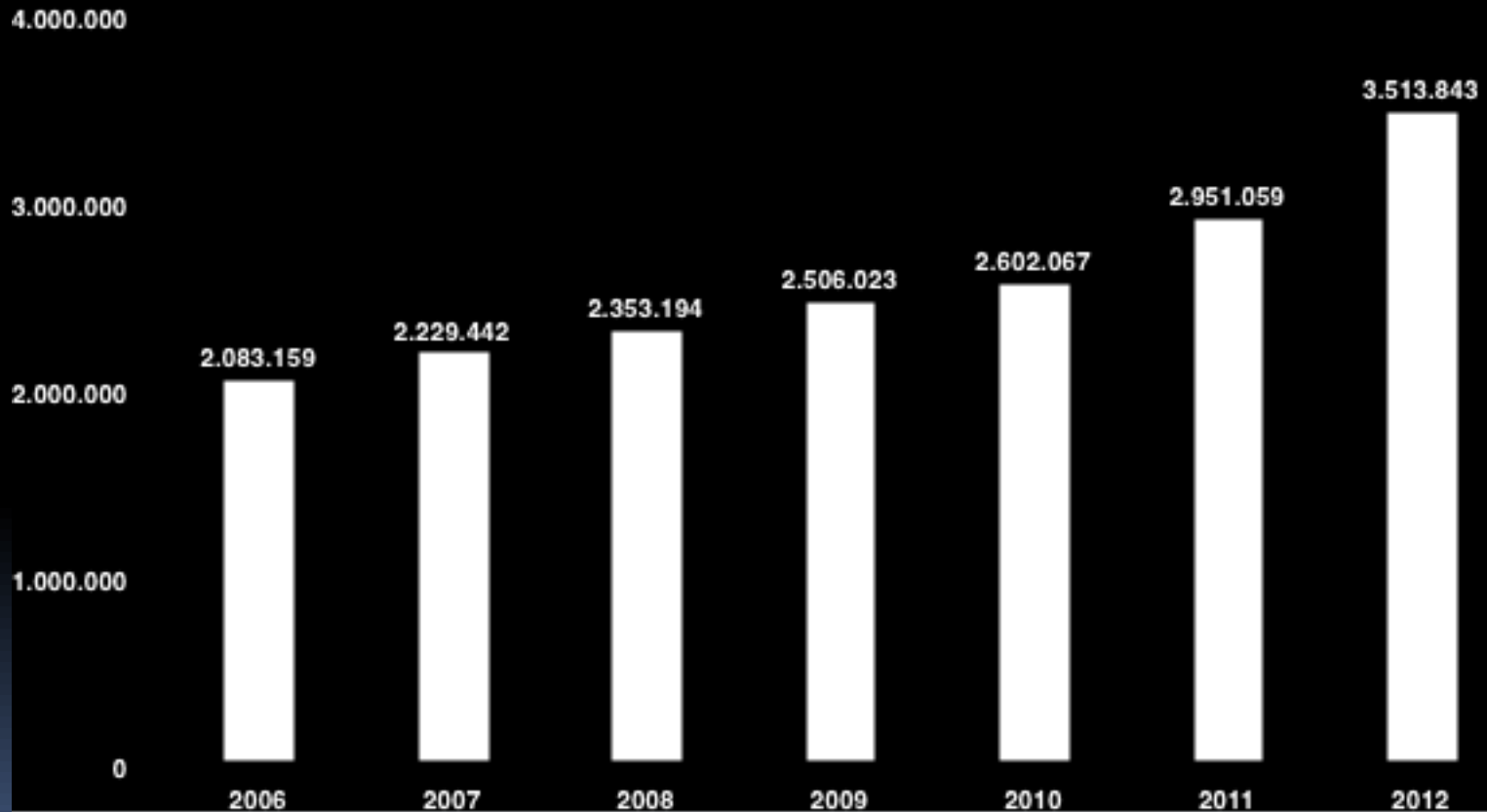


LEITOS - EVOLUÇÃO NOS ÚLTIMOS 7 ANOS





ATENDIMENTOS - EVOLUÇÃO NOS ÚLTIMOS 7 ANOS





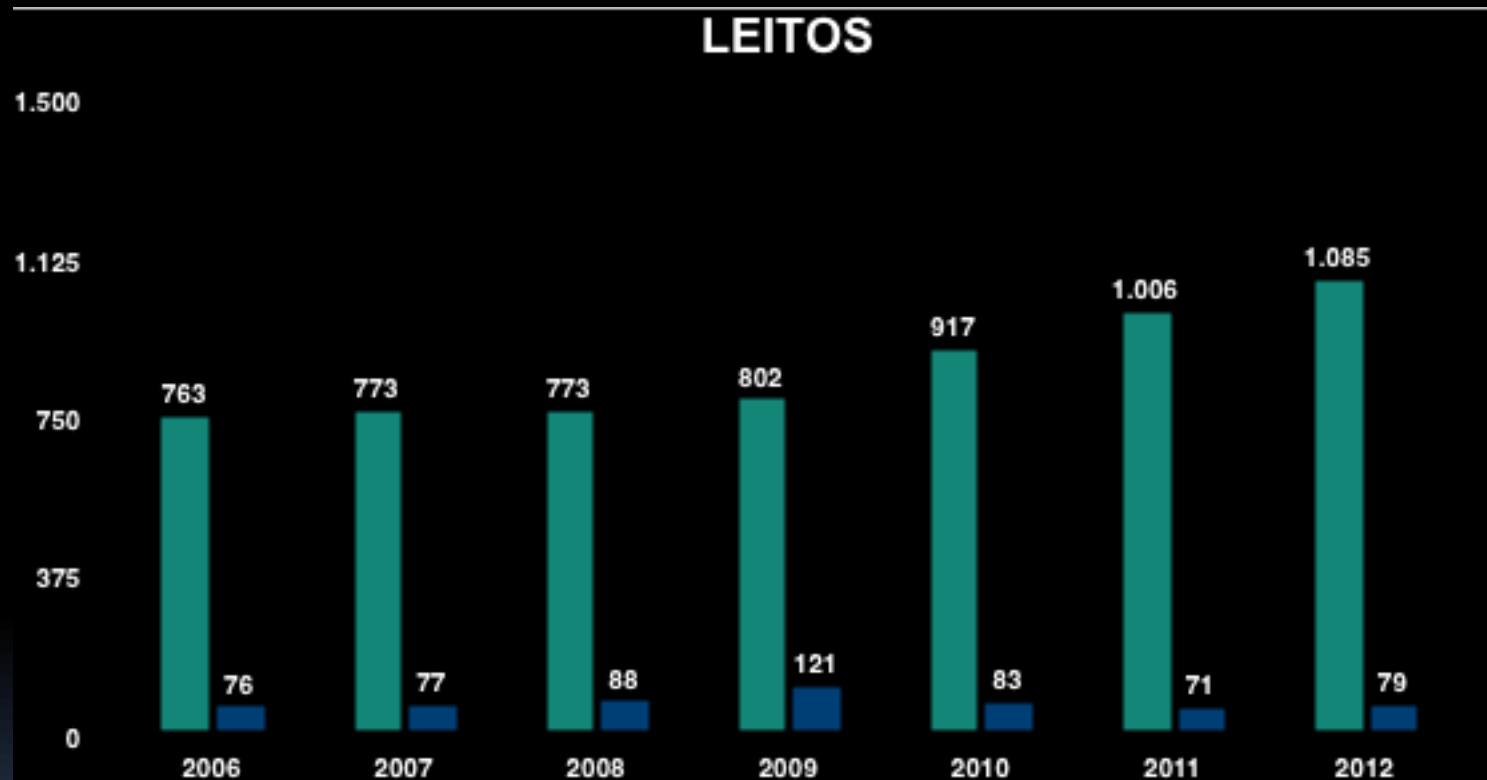
SANTA CASA BH





SANTA CASA BH

LEITOS



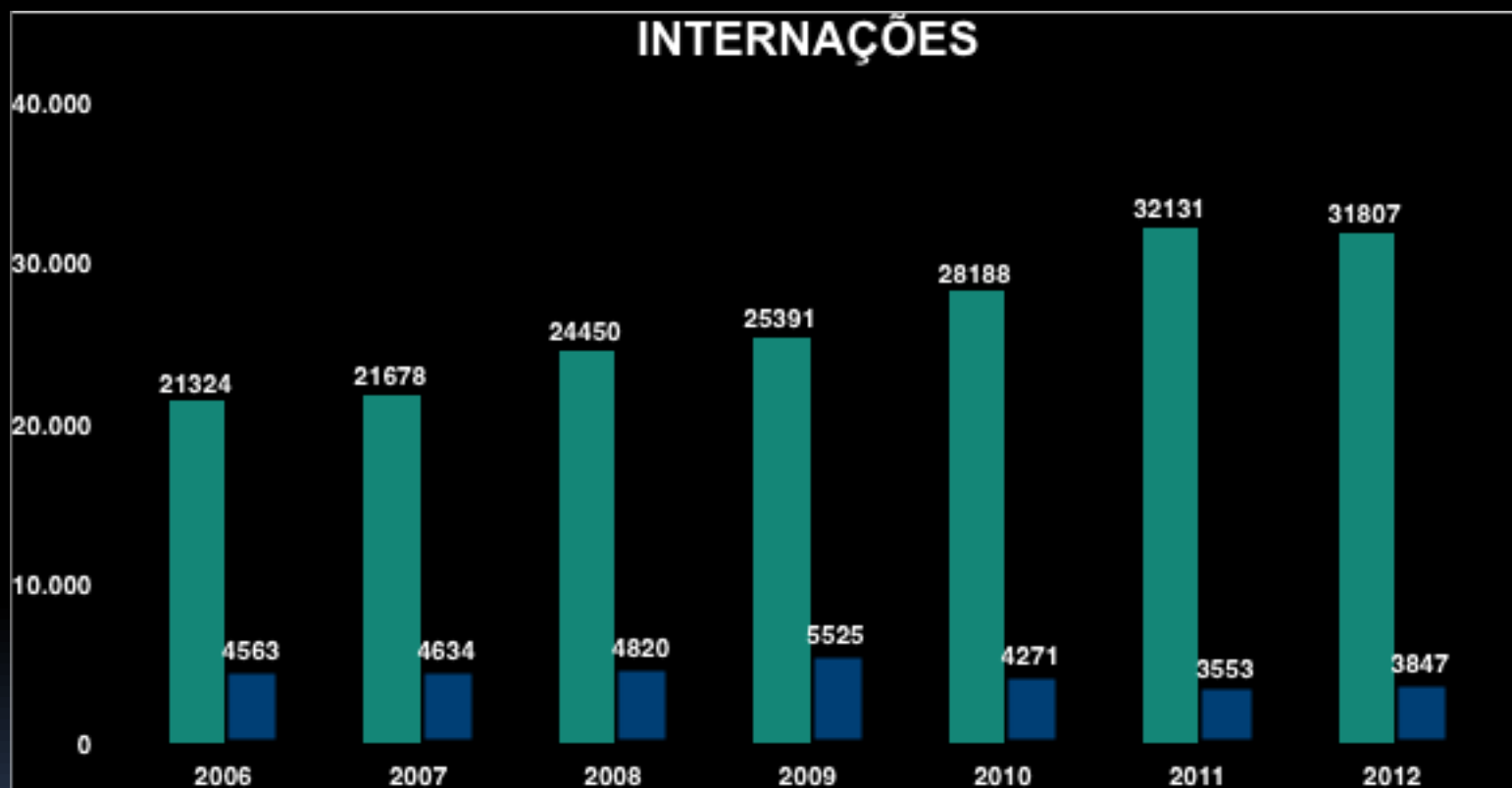
■ Leitos - SUS

■ Leitos - CONV - PART



SANTA CASA BH

INTERNAÇÕES

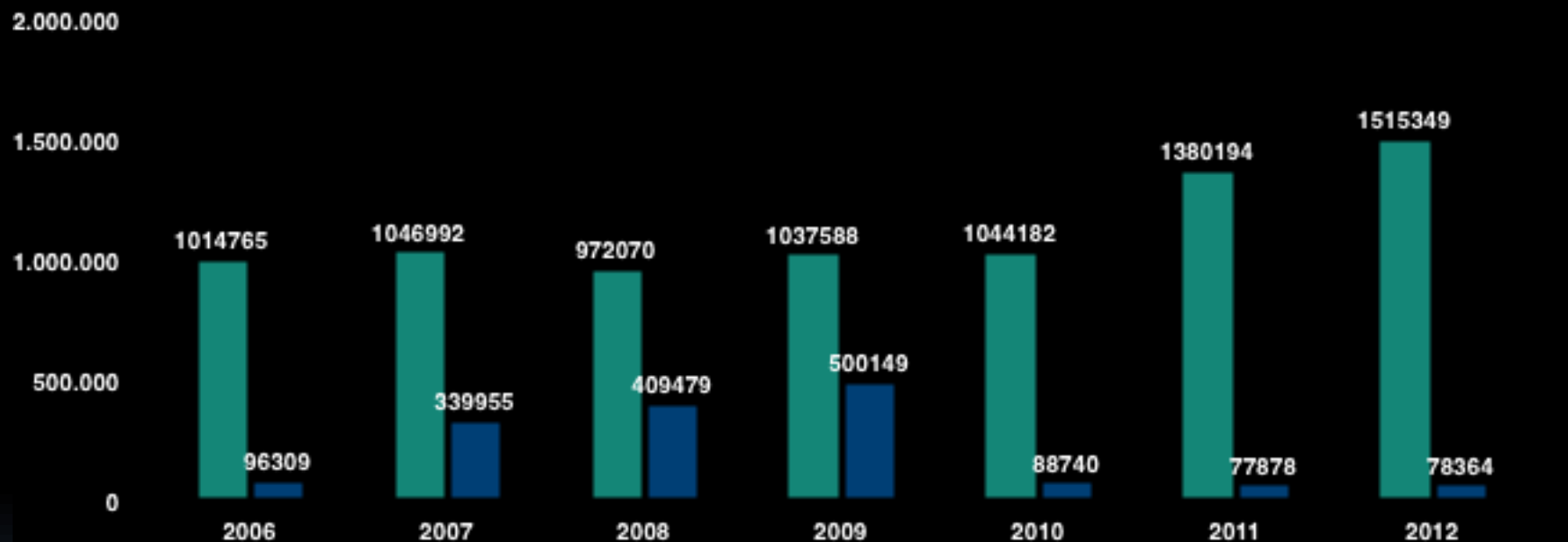


■ Internações - SUS ■ Internações - CONV - PART



SANTA CASA BH

EXAMES / PROCEDIMENTOS



- Exames/Procedimentos - SUS
- Exames/Procedimentos - CONV - PART

AQUISIÇÃO DE SUPRIMENTOS

ANÁLISE DE MODELOS



SANTA CASA BH

ALGUNS MODELOS EXISTENTES



- ⑩ Licitações e pregões
- ⑩ Portais de compra
- ⑩ Simples cotação
- ⑩ Desenvolvimento de fornecedores estratégicos
- ⑩ Terceirização da logística
- ⑩ Modelo Santa Casa BH - registro de preços com fornecedores estratégicos

LICITAÇÕES E PREGÕES



CARACTERÍSTICAS

- Publicidade: edital
- Qualificação de fornecedor: documental
- Previsão de compra: geralmente anual
- Ganha: menor preço que atenda ao edital

VANTAGENS

- Redução de custos pela escala da compra.
- Documentação do processo de aquisição.
- Histórico é mais importante que a capacidade de negociar.

DESVANTAGENS

- Processo demorado e burocrático.
- Um edital ruim resulta na compra de produtos ruins.
- Qualificação não garante fornecedores confiáveis.

PORTAL DE COMPRAS



CARACTERÍSTICAS

- Publicidade: compras no portal, visível para empresas habilitadas.
- Habilitação: depende da empresa. Só documental, ou documental com visitas, desempenho, histórico...
- Previsão de compras: depende da empresa. Compras de emergência ou programadas.
- Ganha: menor preço que atenda à descrição.

VANTAGENS

- Redução do preço pela grande oferta de fornecedores.
- Documentação e rastreabilidade do processo de aquisição.
- Histórico é mais importante que a habilidade de negociar.

DESVANTAGENS

- Descrições ruins resultam em compras de produtos ruins.
- Possibilidade de aquisição de produtos de fornecedores não confiáveis.
- Não desenvolve relacionamento com fornecedores.

SIMPLES COTAÇÃO



CARACTERÍSTICAS

- Publicidade: somente empresas contatadas ficam sabendo da compra. Número de contatos depende da empresa e do material.
- Habilitação: é um processo separado do processo de compras. Só documental, ou documental com visitas, desempenho, histórico...
- Previsão de compras: depende da empresa. Compras de emergência ou programadas.
- Ganha: menor preço que atenda à descrição.

VANTAGENS

- Maior relacionamento com o fornecedor.
- Simples de implantar.

DESVANTAGENS

- Descrições ruins resultam em compras de produtos ruins.
- Dependem muito da capacidade individual de negociação do comprador.
- Difícil de acompanhar.

DESENVOLVIMENTO DE FORNECEDORES ESTRATÉGICOS



CARACTERÍSTICAS

- Publicidade: não há.
- Habilitação: baseada em relacionamento e capacidade do fornecedor em se adequar à estratégia de negócios do cliente.
- Previsão de compras: construída em conjunto com o fornecedor.
- Ganha: fornecedor que melhor atende às expectativas do cliente.
- Utilizada pelas “Empresas de Classe Mundial”.

VANTAGENS

- Redução do preço pela diminuição de margens dos dois lados.
- Customização e especialização dos serviços.
- Redução do número de fornecedores.
- Relacionamento estreito com o fornecedor.

DESVANTAGENS

- Processo demorado.
- Dependência fornecedor-cliente.

TERCEIRIZAÇÃO DA LOGÍSTICA



CARACTERÍSTICAS

- Publicidade: Não há. Compras são realizadas pelo terceiro.
- Habilitação: hospital habilita fabricantes e descrição. Fornecedores são do terceiro.
- Previsão de compras: realizada pelo terceiro.
- Ganha: menor preço que atenda à habilitação e descrição.

VANTAGENS

- Concentração de esforços no *core business*.
- Diminuição de custos fixos.
- Redução de preços por concentração de volume de compras no terceiro.

DESVANTAGENS

- Custo de saída do modelo é muito alto.
- O custo total do modelo pode ser maior que o custo total tradicional.
- Dependência do terceiro.
- Nem toda empresa de terceirização de logística cobre todas as etapas.

MODELO SANTA CASA BH



CARACTERÍSTICAS

- Modelo híbrido: licitação, desenvolvimento de fornecedores, simples cotação.
- Definição dos produtos estratégicos: 90% dos custos com materiais médicos e medicamentos e, ainda, os chamados produtos “órfãos”.
- Total da curva A e os mais significativos da curva B
- Custo mensal total = R\$ 2.400.000,00
- Estratégicos = R\$ 2.160.000,00 (representando menos de 30% dos itens)

MODELO SANTA CASA BH



ESCOLHA DE FORNECEDORES QUE POSSAM SER CONVERTIDOS EM ESTRATÉGICOS

Objetivo: ter, no máximo, 5 fornecedores estratégicos.

Produtos não estratégicos serão adquiridos por simples cotação entre todos os fornecedores cadastrados.

Escolha baseada em relacionamento e capacidade do fornecedor: estoque, tempo de entrega, capacidade financeira, disposição de reduzir margens de lucro e aumentar volume de vendas.

MODELO SANTA CASA BH



Divisão do material em lotes. Não são negociados itens. O importante é o valor final do lote. Podem ser incluídos itens não estratégicos.

LOTE 1 - CURATIVOS - A				
Item	Código	Descrição	UN	Quantidade
1	013.990-6	CURATIVO ALGINATO DE CALCIO 15X15CM	UN	115,00
2	001.897-2	CURATIVO ALGINATO DE CALCIO C/PRATA PLACA 10X10	UN	10,00
3	014.816-0	CURATIVO ALGINATO DE CALCIO PLACA 1	UN	113,00
4	016.436-0	CURATIVO BOTA DE UNNA 10CM 9.17 MET	UN	378,00
5	012.318-4	CURATIVO CARVAO ATIVADO C/PRATA PLA	UN	191,00
6	019.721-5	CURATIVO DE CARVAO ATIVADO C/PRATA RECORTAVEL 10X10	UN	7,00
7	014.391-9	CURATIVO DE ESPUMA PLACA 10X10CM	UN	7,00
8	013.538-8	CURATIVO FILME TRANSPARENTE 10 X 12	UN	1.177,60
9	013.185-8	CURATIVO FILME TRANSPARENTE 6 X 7	UN	490,80
10	001.899-3	CURATIVO HIDROCOLOIDE PLACA 10X10 R	UN	216,30
11	012.986-7	CURATIVO HIDROCOLOIDE PLACA 15X15 R	UN	97,30
12	012.411-1	CURATIVO HIDROCOLOIDE PLACA 20X20 R	UN	40,30
13	019.433-0	CURATIVO HIDROGEL C/ AGE 30G	UN	322,00
14	002.141-3	CURATIVO PETROLATO 7.5X20CM EMB. IN	UN	1.526,00
15	017.303-2	HIDROGEL+ALGINATO DE CALCIO TUBO 25	TB	342,90

MODELO SANTA CASA BH



Chamada dos fornecedores: sessão pública de pregão ou não. Depende do número de fornecedores capazes de assumir os lotes.

Item	Código	Descrição	UN	Quantidade
1	1014.393-3	REMIFENTANIL 2	FR	327
2	2000.052-9	BUPIVACAINA C/ADRENALINA 0,5% 20ML	FR	392
3	3000.054-6	BUPIVACAINA S/ADRENALINA 0,5% 20ML	FR	136
4	4000.053-3	BUPIVACAINA PESADA 0.5% 4ML EMBALAG	FR	718
5	5000.502-1	ISOFLURANO 100ML	FR	103
6	6000.322-3	SEVOFLURANO 250ML	FR	47
7	7000.362-7	TACROLIMUS 5MG	FR	312
8	8000.511-1	FENTANILA 0,05 MG/ML 10 ML	FR	4261
9	9000.509-3	FENTANIL 0.05MG/ML 2ML EMBALAGEM ES	FR	778
10	10000.485-1	CETAMINA S(+) 50 MG/ML 10 ML	FR	56
11	11000.532-2	NALBUFINA 10MG/ML SOL. INJETAVEL	FR	265
12	12004.640-9	CISATRACURIO 20MG SOL. INJETAVEL	FR	111
13	13000.248-5	NALOXONA 0.4MG/ML SOL. INJETAVEL	FR	70
14	14000.262-5	NORADRENALINA 1MG/ML 4ML	FR	3944

MODELO SANTA CASA BH



⑩ Registro do preço em ata.

⑩ Compromisso entre fornecedor e Santa Casa BH, definindo marcas, prazo de entrega, frequência e horário de entregas e critérios de avaliação de performance do fornecedor.

MODELO SANTA CASA BH



- ⑩ Ao longo do compromisso, o fornecedor vai sendo avaliado e recebe *feedback* através de notificações de não conformidade e cartas de oportunidade de melhoria.
- ⑩ A avaliação da performance resulta em três possibilidades: fornecedor qualificado, fornecedor qualificado com necessidade de melhorias, fornecedor não qualificado.

MODELO SANTA CASA BH



O fornecedor qualificado pode ter sua ata renovada ao final de 6 meses - com uma simples consulta no mercado de preços - para realizar realinhamentos, se necessário.

O fornecedor qualificado, com necessidade de melhorias, pode ter sua ata renovada apenas se corrigir os problemas apontados antes do final da ata.

Fornecedor não qualificado terá sua ata cancelada, independentemente do período da ata ter chegado ao fim, e não poderá ser chamado para o próximo registro: 6 meses sem vender para a Santa Casa BH.

MODELO SANTA CASA BH



Fornecedor qualificado



Belo Horizonte,

À Nacional Com

No período d
desempenho d

De acordo com
entre 1 e 1,5 s
Parabenizamos
que 1, demor
senhores regist

De acordo com a ata de registro de preços nº 05/2012, com a obtenção de pontuação entre 1 e 1,5 seria suficiente para manter um fornecedor com o status Qualificado. Parabenizamos a Nacional Comercial Hospitalar LDTA pela obtenção de nota menor que 1, demonstrando a excelência dos serviços prestados, permanecendo os senhores registrados como FORNECEDOR QUALIFICADO

Nessa ocasião, enviamos essa seguinte carta com algumas oportunidades de melhoria que foram apontadas com base nas notificações de não conformidades nº 01 à nº 05:

- Entrega no prazo estabelecido na AF (autorização de fornecimento);
- No caso de impossibilidade de entrega no prazo e condições acordadas, comunicar por e-mail ao comprador no prazo mínimo de 3 (três) dias úteis.

Atenciosamente



Carolina Raslan Dinis
Grupo Santa Casa BH
Assessora Técnica de Assistência à Saúde
(31) 3238-8131
(31) 8222-7693
www.santacasabh.org.br



Luiz Fernando de Freitas
Magalhães
Grupo Santa Casa BH
Gerente de Suprimentos
(31) 3238-8630
www.santacasabh.org.br

MODELO SANTA CASA BH



VANTAGENS

- Fornecedor conhece o consumo da Santa Casa BH e planeja seu estoque para atender o hospital.
- Entregas frequentes, com diminuição do estoque do hospital.
- Redução do número de faltas de produtos.
- Fornecedor estratégico prospecta novos fornecedores para atendimento das necessidades e desenvolve estratégias para fornecimento de produtos “órfãos”.
- Desenvolvimento do mix que interessa ao hospital.
- Fornecedor planeja fornecimento para momentos de crise no mercado.

MODELO SANTA CASA BH



DIFICULDADES

Implantar, realmente, o “Ganha x Ganha”. Tem que haver disposição para dividir lucros e perdas.

Dificuldade em aceitar a co-dependência cliente x fornecedor.

Dificuldade para avaliar o tamanho do par.

Entendimento de que o valor da área de armazenamento, custo das faltas, custo da estrutura de aquisição e o valor imobilizado do estoque são maiores que o preço dos produtos.

MODELO SANTA CASA BH



EXEMPLO DE RESULTADO

Diminuição de 50% no custo de aquisição de contrastes radiológicos, propiciando a aquisição de nova bomba injetora de contrastes com retorno em 4 meses.

A bomba foi adquirida com pagamento, da margem, para o fornecedor estratégico dos contrastes. Divisão do resultado “Ganha x Ganha”.

MODELO SANTA CASA BH



CONCLUSÕES

Não existe um modelo ideal, universal.

Processos definidos, especificações precisas e estratégias de negócio claras otimizam o resultado de qualquer modelo escolhido.

Cada instituição deve avaliar a alternativa que melhor lhe atenda, levando em conta seu potencial, peculiaridades e limitações.

Porfírio Andrade

médico

Superintendente-geral

porfirio@santacasabh.org.br

