

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO_NIM

Elaborador: Ana Caroline de Paula Patulski

Aprovador: Rodrigo Titon

1. OBJETIVO

Assegurar a aquisição de novos negócios dentro das diretrizes estratégicas, de viabilidade técnica, financeira e comercial da empresa. Captar novas oportunidades viáveis de negócios, através da prospecção, diagnóstico e abordagem inicial das oportunidades, de modo a diversificar a carteira de clientes.

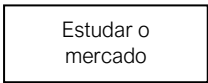
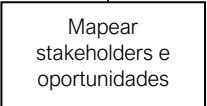
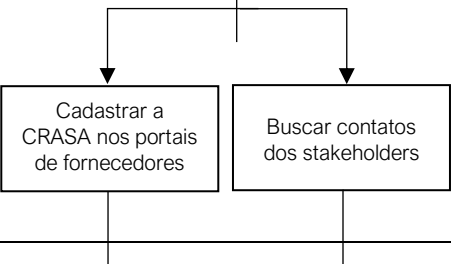
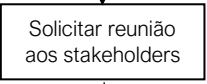
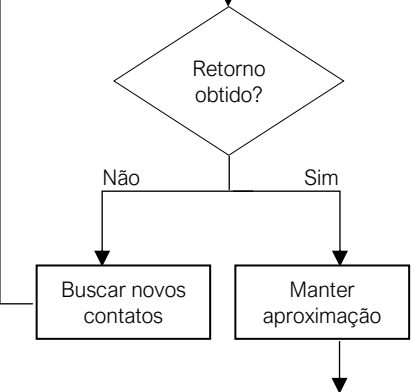
2. REQUISITOS NORMATIVOS

ISO 9001:2015 / PBQP-h - SIAC 2021: 4.4; 6.1; 6.3; 7.1.3; 7,3; 8.7; 9.1.

ISO 45001:2018 / ISO 14001:2015: Conforme MSG.CRASA.DIR.001 (Anexos D/E);

ISO 37001:2017: 4.5.1; 4.5.3; 4.5.4; 7.1; 8.2.1; 8.2; 8.4; 9.1; 10.1; 10.2.

3. DIRETRIZES

Fluxograma	Descritivo	Responsabilidade	Informação documentada
	Estudar o mercado dos segmentos foco definidos no Planejamento Estratégico (PE), buscando estruturar dados e projetar tendências	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	Relatórios de cenários e tendência Planejamento Estratégico
	Mapear clientes, parceiros, concorrentes e oportunidades	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	FOR.CRASA.NIM.001 FOR.CRASA.NIM.002 FOR.CRASA.NIM.003
	Cadastrar a CRASA infraestrutura no portal de fornecedores dos clientes mapeados Buscar pelos contatos (e-mail e telefone) dos clientes e parceiros na plataforma BNAméricas e inserir na planilha de mapeamento de stakeholders (em caso de ausência na plataforma buscar em sites, LinkedIn e outros).	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	FOR.CRASA.NIM.003
	Solicitar reunião (e-mail e/ou telefone) para avaliação de sinergias de projeto e construção de relacionamento	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail FOR.CRASA.NIM.003
	RETORNO OBTIDO – manter aproximação até recebimento de convite RETORNO NÃO OBTIDO - solicitar novos contatos à BNAméricas (sites, LinkedIn e outros) até obtenção de retorno por parte do stakeholder	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail FOR.CRASA.NIM.003 Atas de reunião OneNote

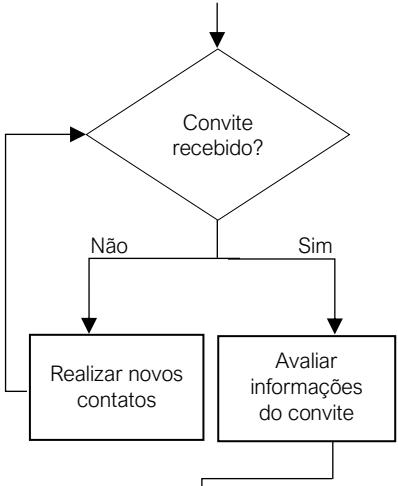
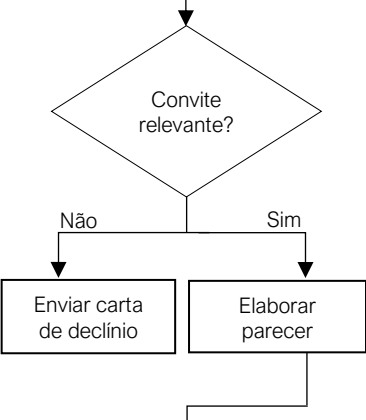
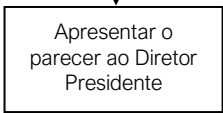
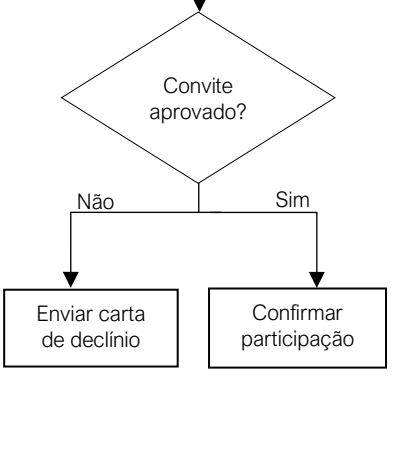
[Continua]

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO_NIM

Elaborador: Ana Caroline de Paula Patulski

Aprovador: Rodrigo Titon

[continuação]

Fluxograma	Descritivo	Responsabilidade	Informação documentada
 <pre> graph TD Start(()) --> D1{Convite recebido?} D1 -- Não --> A1[Realizar novos contatos] A1 --> D1 D1 -- Sim --> A2[Avaliar informações do convite] </pre>	<p>CONVITE RECEBIDO – avaliar as informações do convite (escopo, valor estimado, segmento, etc.).</p> <p>CONVITE NÃO RECEBIDO – tentar novos contatos para construção e maturação de relacionamento até o recebimento de convite</p>	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail FOR.CRASA.NIM.002 FOR.CRASA.NIM.003 Pasta denominada “convites e editais” do NIM
 <pre> graph TD Start(()) --> D2{Convite relevante?} D2 -- Não --> A3[Enviar carta de declínio] D2 -- Sim --> A4[Elaborar parecer] </pre>	<p>CONVITE RELEVANTE – elaborar parecer com as informações do projeto. Caso pertinente, solicitar apoio da DT e R&C.</p> <p>CONVITE NÃO RELEVANTE – enviar carta de declínio ao cliente e manter aproximação para recebimento de novos convites</p>	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail FOR.CRASA.NIM.004 FOR.CRASA.NIM.005 Apresentação do projeto
 <pre> graph TD A5[Apresentar o parecer ao Diretor Presidente] </pre>	Apresentar parecer ao Diretor Presidente para decisão sobre participação no processo	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail Apresentação do projeto
 <pre> graph TD Start(()) --> D3{Convite aprovado?} D3 -- Não --> A6[Enviar carta de declínio] D3 -- Sim --> A7[Confirmar participação] </pre>	<p>CONVITE APROVADO – enviar da carta de confirmação ao cliente e apresentar a DT como ponto focal</p> <p>CONVITE NÃO APROVADO – enviar carta de declínio ao cliente e manter aproximação para recebimento de novos convites</p>	Engenheiro(a) de Inteligência de Mercado	E-mail Carta de confirmação FOR.CRASA.NIM.004 FOR.CRASA.NIM.005

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO_NIM

Elaborador: Ana Caroline de Paula Patulski

Aprovador: Rodrigo Titon

4. ABORDAGEM DE PROCESSO

4.1 Clientes e fornecedores

Fornecedores	Entradas (Informações / Materiais / Recursos)	Processo	Saídas (Produtos / Serviços)	Clientes
- Recursos Humanos; - QSMS; - TIC; - Consultores Técnicos; - Consultores Jurídicos; - Risco & Compliance; - Diretor Técnico; Diretor Presidente; - Diretor Administrativo e Financeiro; - Potenciais clientes e parceiros de negócios; - Plataformas de busca de notícias e projetos.	- Hardware e softwares; - Documentos dos processos; - Legislação cabível; - Aspectos e impactos ambientais; - Perigos e Riscos; - Pessoal – conforme quadro funcional; - Matriz de Riscos e Oportunidades; - Diretrizes de compliance e antissuborno; - Carta convite; - Novos negócios; - Pareceres.	Núcleo de Inteligência de Mercado.	- Apresentação Institucional; - Estudos de mercado e segmentos; - Programas computacionais; - FOR.CRASA.NIM.001 - FOR.CRASA.NIM.002 - FOR.CRASA.NIM.003 - Apresentação do projeto; - Relatório mensal de atividades; - FOR.CRASA.NIM.004 - FOR.CRASA.NIM.005 - Carta de confirmação; - NDAs.	- Diretor Presidente; - Diretor Administrativo e Financeiro; - Diretor Técnico; - Controladoria; - Potenciais clientes e parceiros de negócios.

4.2 Monitoramento e medições do processo

- Criar carteira com 50 potenciais clientes no mercado privado;
- Realizar 5 reuniões/mês com clientes para apresentar a CRASA Infraestrutura;
- Identificar 12 oportunidades qualificadas de obras privadas por ano;
- Realizar 4 reuniões/mês com potenciais parceiros e fornecedores.

4.3 Contribuição dos envolvidos para a eficácia do processo

- Estudo de Mercado e Tendências: no decorrer do ano os processos do NIM devem englobar análises, pesquisas e acompanhamentos que embasam o estudo de mercado e tendências. O material é consolidado e entregue para Diretorias e Comitê Executivo para nortear o planejamento estratégico;
- Participação no Planejamento Estratégico com definição de segmentos foco: reunião de alinhamento para discussão do próximo ciclo de Planejamento Estratégico. Além do Estudo de Mercado e Tendências apresentado pelo NIM, os demais departamentos envolvidos fazem suas contribuições para definição dos objetivos, segmentos foco e estratégia da companhia;

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO_NIM

Elaborador: Ana Caroline de Paula Patulski

Aprovador: Rodrigo Titon

- Elaboração do Planejamento Comercial: Definição de estratégia para alcançar os objetivos estabelecidos (desdobramento de metas), abordagem de stakeholders e material necessário para desenvolvimento das atividades;
- Mapeamento de oportunidades, clientes, parceiros, fornecedores e concorrentes: Com o auxílio de notícias, banco de contatos, reuniões com clientes, network em eventos e associações, estrutura-se o registro de todas as oportunidades com o objetivo de mapear o mercado e o potencial de participação da CRASA;
- Solicitação de Due Diligence: Realizado pelas áreas, com o suporte do departamento de Riscos e Compliance, caso necessário. São avaliados, com o objetivo de possível associação a clientes e parceiros, os itens significativos ou não usuais, aspectos financeiros, e a identificação de eventuais riscos e potenciais contingências passivas fiscais, trabalhistas e previdenciários, baseado nas informações dos últimos 5 anos;
- Estabelecimento de contatos: Por meio de networking, LinkedIn, banco de contatos, BNAméricas, estabelecemos uma primeira reunião com o cliente apresentando a CRASA, mostrando nossos valores, forma de trabalho, obras em execução, cases de sucesso, certificações. Por fim, verificamos a necessidade eventual de realizar um cadastro para participar das concorrências futuras;
- Recebimento de convites: Momento em que o cliente formaliza um convite para a CRASA participar de uma concorrência e realizamos o parecer com todas as informações disponíveis do projeto. O parecer é enviado para a Diretoria e Presidência e é decidido pela participação ou não na tomada de preço. Após decisão, formalizamos o declínio ou aceite ao cliente. Neste caso, apresentamos a DT como ponto focal do contato.

NÚCLEO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO_NIM

Elaborador: Ana Caroline de Paula Patulski

Aprovador: Rodrigo Titon

5. INFORMAÇÃO DOCUMENTADA

IDENTIFICAÇÃO	ARMAZENAMENTO	PROTEÇÃO	RECUPERAÇÃO	RETENÇÃO	DISPOSIÇÃO
Apresentação Institucional	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
Relatórios de cenários e tendência	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
Planejamento Estratégico	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
FOR.CRASA.NIM.001	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
FOR.CRASA.NIM.002	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
FOR.CRASA.NIM.003	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
Relatório mensal do MIM	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não Aplicável
Apresentação do projeto	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não se aplica
Carta de confirmação	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não se aplica
FOR.CRASA.NIM.004 FOR.CRASA.NIM.005	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não se aplica
Due Diligence Neoway	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não se aplica
NDA's	NIM	Pasta/Rede	Nome / Versão Data	Permanente	Não se aplica