

# Planejamento Estratégico

## Projeto Zenit Aerospace

Bárbara De'Carli Cauhy  
Brasília – 2017

## Sumário

1. Identificação: .....	3
2. Diagnóstico: .....	3
2.1 Análise Interna: .....	3
Organograma da Empresa: .....	3
Parcerias: .....	4
Horário de trabalho: .....	4
Serviços: .....	4
Preço dos serviços: .....	5
Serviço mais vendido: .....	5
O Financeiro: .....	5
O Marketing: .....	5
2.2 Análise Externa: .....	6
Análise Política: .....	6
Análise Econômica: .....	6
Análise Social: .....	8
Análise Tecnológica: .....	9
Análise Legal: .....	10
2.3 Matriz SWOT: .....	14
3. Plano Estratégico: .....	15
3.1 Metodologia: .....	15
3.2 Must Win Battle: .....	16
3.3 Propostas: .....	19
4. Mapeamento de Processos: .....	20
4.1 Fluxograma: .....	20
4.2 POP: .....	21
5. Referência Bibliográfica: .....	23

## 1. Identificação:

**Nome da empresa:** Zenit Aerospace.

**Segmento:** Empresa Junior.

**Tempo de Mercado:** 3 anos ( Fundada em outubro de 2014)

**Localização:** Área Especial de Indústria. Projeção A, UNB - DF - 480 Gama Leste - Brasília, DF 72444-240, Distrito Federal, Brasil.

**Horário de funcionamento:** Segunda a sexta: 8:00 às 18:00.

**Contato:** Email: Contato@zenitaerospace.com

Tel: (61) 9 9286-5398

### **Missão, Visão e Valores:**

Missão: Expandir o mercado aeroespacial por meio de projetos, capacitando os membros com o conhecimento técnico e empresarial.

Visão: Ser referencia no mercado aeroespacial e impactar diretamente a Universidade de Brasília.

Valores: Satisfação do Cliente, Determinação, Ética e paixão pela Zenit.

## 2. Diagnóstico:

### 2.1 Análise Interna:

É uma empresa nova com apenas 3 anos no mercado, tendo portanto ainda uma cultura organizacional pouco desenvolvida, não sabem ao certo o perfil dos membros ou o perfil de atuação da companhia. Outro fator é que problemas como baixo desenvolvimento, rotatividade dos membros que passaram pela EJ ainda não conseguem ser avaliados.

### **Logotipo:**

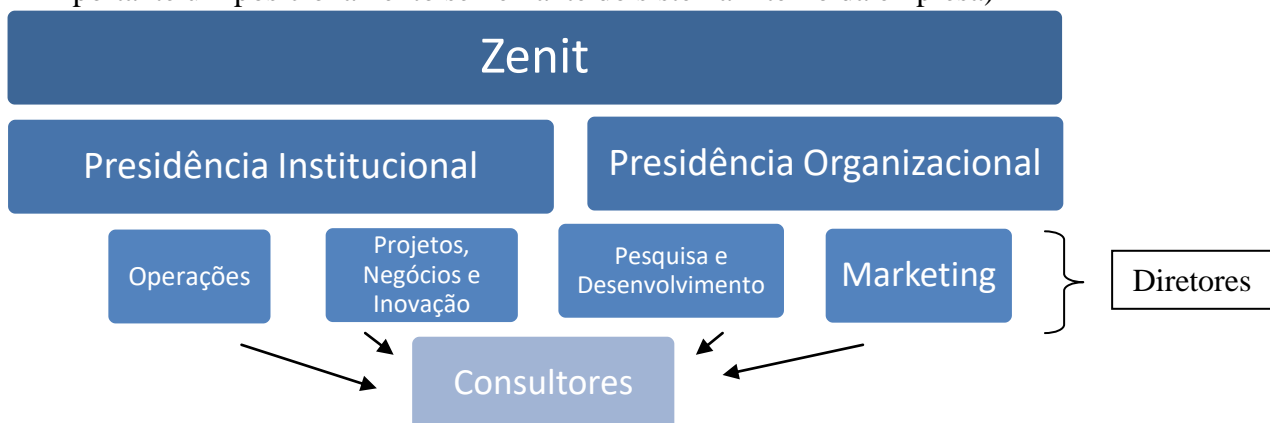


### **Organograma da Empresa:**

A empresa organizada da seguinte forma: um presidente Organizacional e um Presidente Institucional. Quatro diretorias sendo elas: **Operações**, essa área atua no back office da empresa administrando-a internamente; **Projetos, negócios e inovação** essa com uma única diretoria, porém com três unidades atua no comercial, buscando novos projetos e clientes; **Pesquisa e desenvolvimento** essa atua com o gerenciamento de projetos e com a capacitação dos membros; e **Marketing**, que lida com a imagem da empresa nos meios sociais e digitais.

A empresa enfrenta diante do organograma o seguinte problema: as áreas não estão na mesma categoria de andamento, capacitação e estruturação, possuindo entre

elas níveis distintos. Esse fato é preocupante, pois a empresa para crescer precisa estar alinhada com todas suas atividades, não adianta possuir um marketing excepcional se a equipe de vendas não estiver capacitada a lidar com clientes e fechar propostas. (esse foi apenas um exemplo para demonstrar o quanto é importante um posicionamento semelhante do sistema interno da empresa)



### Parcerias:

A Zenit conta com as parcerias dos renomados professores da Unb, que são de grande parte profissionais que estudaram e aprimoraram sua carreira no estrangeiro possuindo, portanto, um desenvolvimento técnico altíssimo. Com essa parceria os estudantes conseguem aprender e se desenvolver com conteúdos que estão muito a frente do que ainda está sendo produzido no Brasil. Com a acessória deles os estudantes já conseguiram elaborar e utilizar a primeira máquina para lentes de telescópios do Brasil, os concorrentes desse serviço realizam tal atividade manualmente. Além dos professores, possuem parceria com as seguintes empresas:



### Horário de trabalho:

Todos os membros possuem horário fixo de média de 4 horas por semana na sede. Sendo os dias e horários combinados dentro do horário de funcionamento da Zenit. Esse tempo é muito curto e pode ser considerada uma fraqueza para empresa já que seus membros passam pouco tempo dentro da sede sendo difícil uma maior integração de todos os membros.

### Serviços:

Consultoria: Análise de mercado, viabilidade de projetos, desenvolvimento e simulações de peças em 3D, homologação de drones, entre outros temas relacionados à engenharia aeroespacial.

Escola Espacial: Tem o intuito de alimentar o sonho daquele potencial astronauta, que quer se envolver com atividades aeroespaciais através de palestras ilustrativas, workshops entre outros.

Serviços com Drones: Imageamento aéreo.

Pilotagem de Drones: Curso de pilotagem de drones (aulas teóricas e práticas).

Espelhos pra telescópio: Confeção de espelhos para telescópios newtonianos.

### **Preço dos serviços:**

Os preços dos serviços oferecidos pela empresa são de grande variação, eles seguem uma planilha de precificação desenvolvida particularmente para cada serviço. Possuem, portanto, serviços de 100 até 29.000.

### **Serviço mais vendido:**

Os serviços de curso de pilotagem, fabricação de espelhos para os telescópios e consultoria são vendidos mais ou menos na mesma quantidade, já a análise de mercado aeroespacial é mais pontual.

### **O Financeiro:**

No ano de 2015 o faturamento foi de R\$ 30 mil, no ano de 2016 passaram por problemas, sendo seus equipamentos furtados e sem presidente institucional por 6 meses. Diante disso, seu faturamento para aquele ano foi de R\$ 3 mil, com 5 projetos realizados. Nesse ano, até agora, já apresentam 11 projetos realizados e quase R\$ 5 mil em faturamento, com expectativa, para semana que vem de assinatura de mais um projeto no valor de R\$ 6 mil. Completando 12 projetos e mais de R\$ 10 mil em faturamento até o mês de Junho desse ano 2017.

Com baixo faturamento no ano passado a empresa acabou ficando com um orçamento baixo. Seu capital não lhes permitiu um investimento mais profundo na capacitação de membros que tiveram de buscar de forma individual a capacitação. Também não lhes permitiu o investimento em instrumentos para ampliação e otimização dos serviços.

### **O Marketing:**

A empresa possui um plano de marketing muito bem desenvolvido, realiza a divulgação da empresa primeiramente fisicamente, a partir dos membros com: camisetas, bonés, canecas e etc. Possuindo plataformas digitais sendo elas o facebook, o instagram e um website. Utiliza do marketing de conteúdo com um blog de acesso no próprio site, é um ótimo método, pois acaba trazendo o público de interesse na área para o site e apresentando indiretamente a empresa. Opera com a plataforma do Google Adwords atraindo novos visitantes ao site.

## 2.2 Análise Externa:

A análise externa será realizada com base na metodologia de análise PESTEL, que tem como objetivo gerar uma lista com fatores genéricos que possam causar impactos e forças sobre a ZENIT.

### **Análise Política:**

A crise no Brasil configurou-se em efeito contrario para as Empresa Juniores, em meio à crise as pessoas procuram e compararam preços, trazendo mais clientes para o MEJ e logo mais oportunidade de clientes para a Projetos. A diretora presidente da Acesso, formada por alunos de Jornalismo da UFJF, Verônica Bernardino explica:

“A maioria dos nossos clientes é de novos empreendedores que buscam a comunicação para alcançar o seu mercado. Com a crise, sentiram mais necessidade de aparecer para o público e, com certeza, pesquisaram valores para isso”.

Diante do crescimento dos números, o presidente da Federação de Alagoas, Gabriel Andrade, afirma que a crise resultou em um efeito contrário nas empresas juniores. “Estamos conseguindo atingir e até superar as metas. Acredito que a crise não chegou ao Movimento Empresa Junior.” E atribui o crescimento dos números aos principais atrativos do MEJ: baixo custo dos serviços, em relação ao preço de mercado, e oferecer trabalhos com qualidade. “As empresas juniores tendem a ter um custo menor. O estudante busca antes de tudo um aprendizado. Por isso, o foco é captar recursos apenas para a própria empresa e investimento nos membros, como exemplo, capacitação e infraestrutura.”

### **Análise Econômica:**

A empresa por se tratar de uma empresa Junior possui enormes vantagens no setor econômico. Ela não possui gastos com funcionários, nem com local sede (oferecida pela faculdade) e não deve pagar impostos. Essa realidade que as empresas juniores possui é uma grande oportunidade para se destacar com serviços mais baratos no mercado.

O crescimento deste novo mercado impulsiona fortemente os serviços oferecidos pela empresa, se trata dos VANT (Veículos Aéreos Não Tripulados) sendo eles uma nova realidade de sucesso no Brasil. Em 2016, o mercado nacional de drones começou o ano com uma estimativa de crescer quase 200 milhões ao longo dos doze meses. Apesar de ficar um pouco abaixo do esperado, o setor se desenvolveu e não parou. Atualmente a presença dos drones multirotore na cobertura de eventos e nas produções cinematográficas não é mais novidade, e já podem ser consideradas ferramentas indispensáveis nessas áreas. O uso desse equipamento vem se expandindo e já esta sendo muito utilizadas no setor agropecuário, em eventos privados como casamentos, festas em gerais, em vídeos institucionais para uso em publicidade ou para a própria instituição, vídeos para transmissão ao vivo, filmagem de matérias para reportagens, cobertura de esportes radicais e acompanhamento de obras. Percebe-se que o mercado está cheio de possibilidades para atuação no serviço com drones.

Concorrência: Em Brasília já atuam na área de serviço com drones e portando são concorrentes diretos da Zenit as seguintes empresas:

- Drone Brasília - Imagens Aéreas
- MultiDrones- Serviços e Treinamentos
- CRM Filmagem Drone
- Over Drone- Serviços, Treinamentos e Produtos

Existem também inúmeros curso online de Drones que batem direto com um dos serviços oferecidos pela Zenit. Alguns exemplos são:

- EDUK

<b>1</b>	<b>Drones e Vants</b>	Desde que os drones chegaram no mercado eles revolucionaram a maneira de produzir imagens aéreas e ampliaram consideravelmente as possibilidades de atuação nesse segmento. Se você fotografa ou faz vídeos seja de casamentos, publicidade, mercado imobiliário ou qualquer outro tipo e quer ampliar o seu leque de produtos, reserve seu lugar e venha aprender tudo o que precisa para começar a pilotar drones: legislação, história, segurança, como iniciar no mercado, onde atuar e sobre o funcionamento dos drones e câmeras.
Aula 1	Drone: novidade tecnológica e mercado	
Aula 2	Tipos de drones – como escolher e comprar o seu	
Aula 3	Atividades - Capítulo 1	
<b>2</b>	<b>Visão Interna de um Drone</b>	<b>Grupo aberto dos alunos deste curso no facebook:</b> <a href="#">eduK   Fotografando e gravando com drones</a>
Aula 4	Componentes	<b>Carga horária:</b> 6 horas
Aula 5	Configurações e voo	<b>Nível do curso:</b> Básico e intermediário
Aula 6	Configurações avançadas	<b>Público-alvo:</b> Maiores de 18 anos que tenham interesse comercial ou recreativo em pilotar drones.
Aula 7	Atividades - Capítulo 2	<b>Objetivo geral:</b> Sempre com a premissa de SEGURANÇA em primeiro lugar, ao final do curso o aluno saberá escolher o mercado no qual irá atuar, entenderá sobre regras e leis, saberá também escolher o drone adequado para o tipo de prestação de serviço escolhido, entenderá o que é necessário para começar a trabalhar com drones, além de configurar, calibrar e pilotar a aeronave.
<b>3</b>	<b>Legislação</b>	<b>Pré-requisitos:</b> Ter 18 anos completos.
Aula 8	Legislação no Brasil e em outros países	
Aula 9	Questões de segurança	
Aula 10	Comprei meu drone, e agora? 10 dicas pra entrar no mercado	
Aula 11	Atividades - Capítulo 3	

- Graltec

## Curso Gratis – Drones para uso profissional



**2h de Carga  
Horária**

Nesse **curso gratis** você aprenderá mais sobre os **Drones e VANTs**, conhecerá as diversas aplicações dos Drones para o mercado civil, entendendo mais sobre a tecnologia embarcada, que vai muito além das filmagens. Para ajudar os participantes a escolherem o melhor equipamento (asa fixa ou multirotor) para cada tipo de trabalho, serão abordadas as diferenças desses equipamentos e quais modelos são mais indicados para cada tipo de trabalho.

Será abordado também o tema da regulamentação no mercado de Drones no Brasil e o pioneirismo da Xmobots no mercado nacional.

**Professor: Giovanni Amianti**

Outra concorrência é a Aero Junior, empresa Junior de Belo Horizonte que também trabalha com o ramo Aeroespacial. Ela foi fundada em 20 de Julho de 2014 tendo a proposta de prestar serviços de consultoria em engenharia aeroespacial, já é uma empresa federada. Eles não possuem web site, apenas uma página no facebook.



### **Análise Social:**

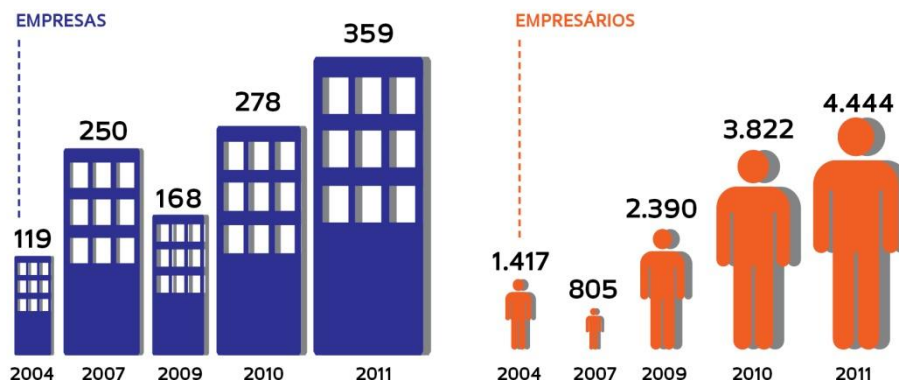
Por ser uma empresa Junior sendo, portanto, uma organização sem fins lucrativos, mas sim de fins educacionais, a empresa já apresenta enormes vantagens no cenário político, não sendo afetada por várias reformas políticas como a trabalhista ou a previdenciária. Também não é afetada por reformas fiscais, pois possui imunidade tributária.

Pertencendo ao universo do movimento empresa Junior, já se encontra em um ambiente com crescimento do movimento em dimensões nacionais ganhando ele maior repercussão e importância na economia do país. Quanto maior e mais conhecido o movimento mais clientes prontos para serem conquistados.



## A força do movimento

Em oito anos número de empresas e de empresários triplicou



FONTE: CENSO E IDENTIDADE 2012/BRASIL JÚNIOR

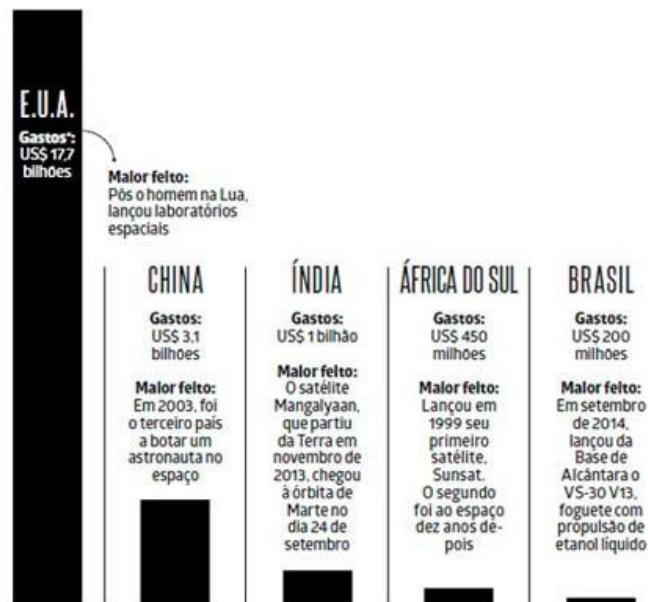
Imagem 1 (fonte: Brasil Junior)



Imagem 2 (fonte Brasil Junior)

### Análise Tecnológica:

O Brasil é um país muito atrasado tecnologicamente no ramo aeroespacial. Cesar Melo, renomado professor de física fala para a revista Galileu: *“Não é que o Brasil vai perder o bonde. Já perdeu. O Brasil está para trás há muito tempo e isso sempre foi uma preocupação da comunidade científica. Não é só de China e Índia, mas também da Coreia do Sul e de Israel”*.



Fonte: Revista Galileu

Apesar de estar “atrasado” o Brasil vem se desenvolvendo e expandindo as áreas de pesquisa no setor e possui hoje diversos órgãos governamentais e militares no desenvolvimento da área, como: a Agência Espacial Brasileira (AEB), o Instituto de Aeronáutica e Espaço (IAE), o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE), e o Instituto de Estudos Avançados (IEAv). E além disso, o Brasil possui dois grandes centros de lançamento: O Centro de Lançamento da Barreira do Inferno (CLBI) e o Centro de Lançamento de Alcântara (CLA).

### Análise Legal:

O fato das empresas juniores serem regulamentadas pela lei 13.267 no dia 6 de abril de 2016, trouxe um enorme avanço do movimento e diante disso fala José Agripino, autor do projeto “A lei dá respaldo e sentido à existência dessas empresas dentro das universidades. Dar amparo legal para uma atividade produtiva, para uma organização empresarial. Estimula o empreendedorismo nos jovens, que passam a ter a compreensão, naquela atividade, de uma extensão universitária”. Ou seja, a lei trouxe condições ainda melhores para o crescimento do MEJ, melhor notabilidade, prestígio e reconhecimento.

A Organização da Aviação Civil Internacional (OACI), entidade da Organização das Nações Unidas (ONU), na qual o Brasil é um dos países signatários mais atuantes, preconiza no artigo 8º da Convenção sobre Aviação Civil Internacional, assinada em Chicago em 7 de dezembro de 1944 e alterada pela Assembleia da OACI (Doc 7300), referida como “Convenção de Chicago” que:

*“Nenhuma aeronave, capaz de ser voada sem piloto, deve ser voada sem piloto sobre o território de um Estado Signatário sem autorização especial emitida por esse Estado e de acordo com os termos de tal autorização. Cada Estado Signatário compromete-se a assegurar que o voo dessa aeronave sem piloto em regiões abertas às*

*aeronaves civis deva ser tão controlado de modo a evitar perigo para as aeronaves civis”.*

Nesse contexto foi preciso no Brasil regulamentar tal atividade, porém essa regulamentação não ficou de competência a um só órgão tendo, portanto regras diferentes para os responsáveis por tais atividades que são: Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DECEA), Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) e Agência Nacional de Aviação Civil (ANAC).

Regras para DECEA: Para esse departamento foi criado uma solicitação online do para o uso de Sistemas de Aeronaves Remotamente Pilotadas (RPAS/DRONES) no Espaço Aéreo Brasileiro. Se chama SARPAS e esta disponível no seguinte link: <http://servicos.decea.gov.br/sarpas/?login=C2FC4A4C-9936-44F0-891DE270E0D054AD&msg=403>

Regras para ANATEL: A ANATEL disponibiliza uma cartilha com todas as informações e passos para a homologação do drone. Esta disponível no seguinte link: <http://www.anatel.gov.br/Portal/verificaDocumentos/documento.asp?numeroPublicacao=346061&pub=original&filtro=1&documentoPath=346061.pdf>

Basicamente o link ensinara com detalhes o cadastramento no Sistema de Gestão de Certificação e de Homologação, o pagamento da taxa de R\$ 200 e os requisitos.

Regras para ANAC: A ANAC criou regras para as operações civis de aeronaves não tripuladas, também conhecidas como drones. O Regulamento Brasileiro de Aviação Civil Especial nº 94/2017 (RBAC-E nº 94/2017) da ANAC é complementar às normas de operação de drones estabelecidas Departamento de Controle do Espaço Aéreo (DECEA) e pela Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL). Toda a regulamentação encontra-se disponível em: [http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/rbha-e-rbac/rbac/rbac-e-94-emd-00/@@display-file/arquivo\\_norma/RBACE94EMD00.pdf](http://www.anac.gov.br/assuntos/legislacao/legislacao-1/rbha-e-rbac/rbac/rbac-e-94-emd-00/@@display-file/arquivo_norma/RBACE94EMD00.pdf)

Além desse disponibilizaram um documento com orientações dos usuário, segue este link:

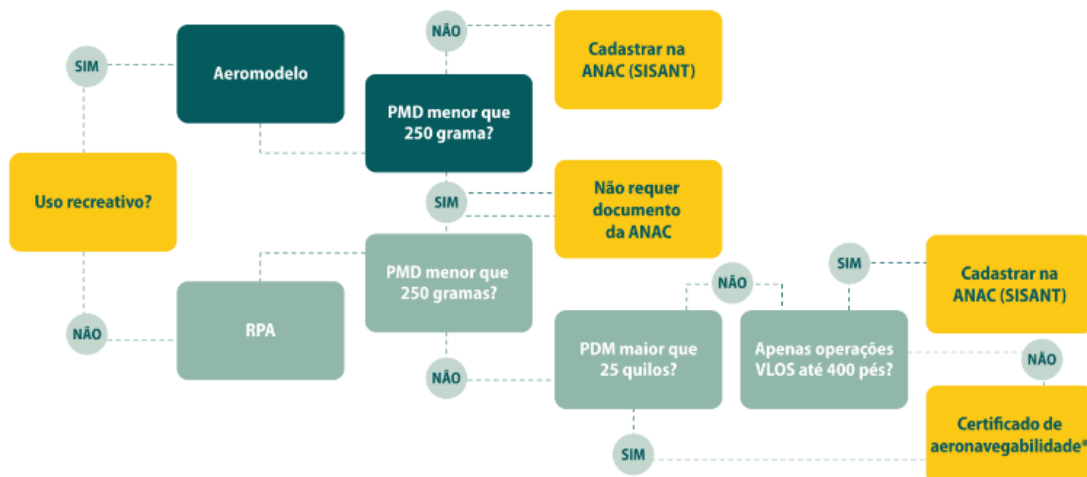
[http://www.anac.gov.br/assuntos/paginas-tematicas/drones/orientacoes\\_para\\_usuarios.pdf](http://www.anac.gov.br/assuntos/paginas-tematicas/drones/orientacoes_para_usuarios.pdf)

Para tipos de drones existem diferentes registros segue abaixo os registros e documentos de forma esquematizada disponibilizada pela ANAC.

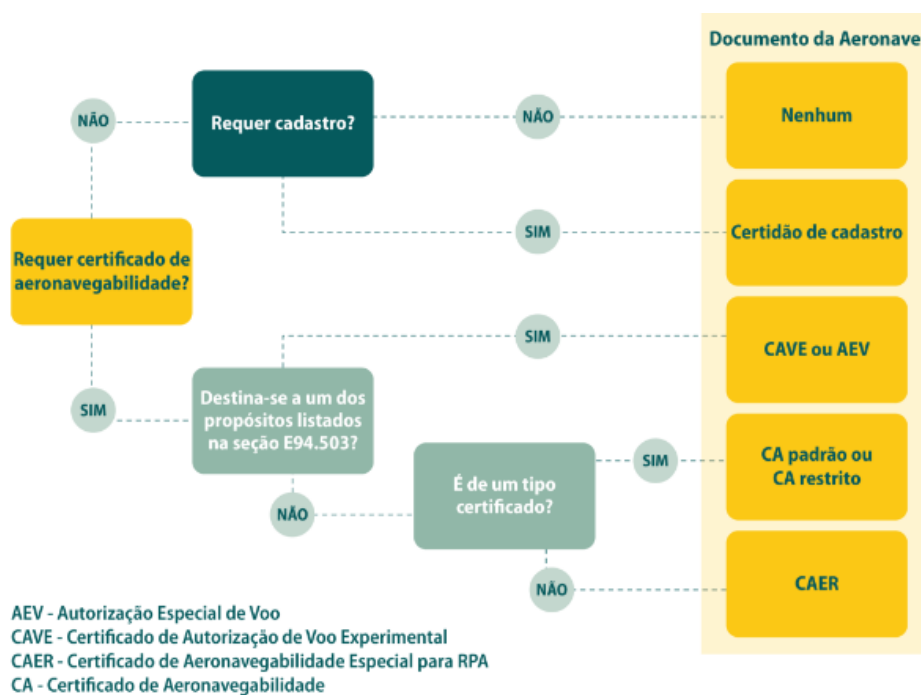


## PROJETOS

Consultoria Integrada



\* As aeronaves que recebem um certificado de aeronavegabilidade precisam ser registradas na ANAC e, além do seu próprio certificado de aeronavegabilidade, receberão um Certificado de Matrícula ou Certificado de Marca Experimental.



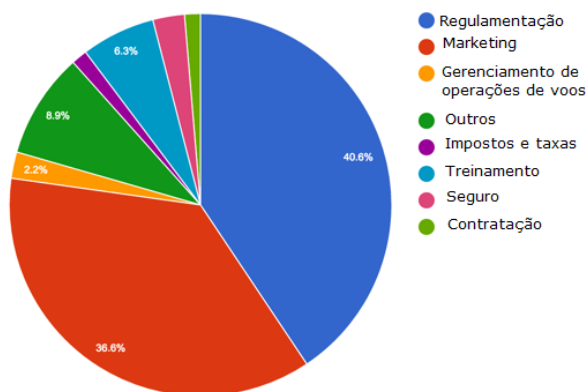
AEV - Autorização Especial de Voo  
CAVE - Certificado de Autorização de Voo Experimental  
CAER - Certificado de Aeronavegabilidade Especial para RPA  
CA - Certificado de Aeronavegabilidade

Em uma pesquisa realizada em uma palestra sobre negócios de drones nos EUA, onde perguntaram qual a maior dificuldade no ramo deu como resultado:



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

Qual é o maior desafio que você enfrenta ao construir sua operação comercial de drones?



Sendo de interesse dessa parte da análise o fato da regulamentação ser o fator principal que dificulta negócios no ramo de drones.

### 2.3 Matriz SWOT:

MATRIZ SWOT		
	POSITIVO	NEGATIVO
	<i><b>Força(S)</b></i>	<i><b>Fraqueza (W)</b></i>
<b>INTERNO</b>	<p>Marketing bem estruturado.</p> <p>Parceria com professores altamente capacitados.</p> <p>Preço de serviços abaixo do preço de mercado.</p> <p>Parcerias com empresas renomadas</p> <p>Única EJ de Brasília e maior EJ do Brasil no ramo aeroespacial</p> <p>Desenvolvedores de uma tecnologia exclusiva no Brasil (maquina de lentes para telescópio)</p> <p>À frente no ramo aeroespacial brasileiro.</p>	<p>Cultura Organizacional fraca</p> <p>Áreas com níveis de maturidade diferentes.</p> <p>Dificuldade na captação de clientes para o serviço de consultoria</p> <p>Dificuldade na implementação da metodologia Zenit.</p> <p>Baixo horário médio fixo de trabalho dos membros na sede da empresa</p> <p>Baixo capital para desenvolvimento dos membros e investimento na empresa</p> <p>Um único Drone</p>
<b>EXTERNO</b>	<p><i><b>Oportunidade(O)</b></i></p> <p>Crise Política no Brasil</p> <p>Crescimento do mercado de VANT</p> <p>Desenvolvimento de pesquisas no setor aeroespacial.</p> <p>Expansão do Movimento Empresa Junior</p>	<p><i><b>Ameaça(T)</b></i></p> <p>Concorrência no mercado de serviços com Drones em Brasília</p> <p>Concorrência com a AeroJR no Brasil</p> <p>Cursos gratuitos de pilotagem de Drone Online</p> <p>Ramo Aeroespacial Brasileiro tecnologicamente atrasado</p>

	<p>Regulamentação das Empresas Juniores por lei.</p> <p>Regulamentação do Drone pela ANAC.</p>	<p>Processo de regulamentação burocrático</p>
--	--	---

### 3. Plano Estratégico:

#### 3.1 Metodologia:

Para realizar o plano estratégico foi utilizado o modelo de Must Win Battle. Nele se traça a “Guerra” da empresa que no caso é o objetivo maior sendo, portanto a própria visão da empresa. Logo depois, se é traçado as “batalhas”, que são áreas que devem ser trabalhadas para que se atinja o objetivo maior, ou seja, é preciso enfrentar as batalhas para que se vença a guerra. Para vencer as batalhas é necessário conquistar então se estipula metas que devem ser atingidas. Mas como conquista-las? Para isso, desenvolve as ações estratégicas que devem ser constantemente avaliadas e reformuladas.

Para se definir as conquistas utilizamos dos objetivos SMART, objetivos específicos, mensuráveis, alcançáveis, relevantes e situados no tempo eles foram desenvolvidos para tornar mais fácil o controle das estratégias da empresa.

## OBJETIVOS



Específico



Mensurável



Alcançável





Relevante



Tempo

### 3.2 Must Win Battle:

Guerra	Batalhas	Conquistas	Ações Estratégicas	Indicadores
 <b>Ser</b>  <b>referência</b>  <b>no mercado</b>  <b>aeroespacial</b>  <b>e impactar</b>  <b>diretamente</b>  <b>a Universidade de Brasília.</b>  	Aumentar o Número de Projetos	<b>25</b> projetos para o ano	Investir no marketing do serviço de consultoria fazendo postagem com conteúdo o assunto no blog e postagens expositivas no instagram e no facebook.  Realizar pesquisa de possíveis clientes do serviço de consultoria e apresentar o serviço diretamente por email ou telefonema.	Nº de Projetos fechados por mês
	Aumentar o Faturamento	<b>R\$ 35.000</b> para o ano	Realizar, com uma média de preço de R\$ 845, a meta de projetos.	Faturamento mensal Preço dos Projetos
	Formar membros capazes de se destacar	Ter <b>todos</b> os membros trabalhando em algum projeto (interno ou externo) da empresa.	Desenvolver um quadro, no sistema tecnológico utilizado na empresa, com todos os projetos externos e internos colocando os respectivos membros em sua área correspondente, assim como os membros disponíveis em uma área específica	Número de membros engajados nos projetos da empresa
			Desenvolver um quadro físico na sede em local visível para todos, com todos os membros que estão disponíveis.	Quantidade de projetos internos e externos
		Ter durante o ano pelo menos <b>1 GTV</b> (grupo de trabalho de viabilidade)	Fazer reunião com a empresa no começo do semestre para ver membros interessados e suas ideias. Caso exista um número suficiente e uma ideia boa combinar um horário de encontro fixo por semana para o desenvolvimento do projeto.	Nº de membros do(s) grupo(s) Nº de grupos
	Entregar Projetos de alto padrão	Implementar a metodologia Zenit em <b>90%</b> dos projetos.	Todos os gerentes devem estudar a metodologia e serem os próprios responsáveis pela sua implementação.	Nº de projetos desenvolvidos com a metodologia
		Ter cada projeto revisado <b>2x</b> por um <b>membro</b> e por um <b>professor</b> .	Depois de finalizado um membro disponível vai ser designado a ler o projeto e corrigir os possíveis erros.  A Presidência da Zenit deve passar o projeto finalizado e revidado para um professor que esteja disponível, recolher seu feedback e aprimorar se necessário o projeto.	Feedback e correções do Professor Feedback do Cliente





## PROJETOS

Consultoria Integrada



Ser  
referência  
no mercado  
aeroespacial  
e impactar  
diretamente  
a Universidade de Brasília.





Alinhar "Cultura ZENIT"	Reuniões de alinhamento de <b>15 em 15 dias</b>	Combinar entre os membros um dia a cada 15 dias em que todos os diretores da área apresentam para toda empresa o que foi desenvolvido durante esse tempo. Depois da reunião fazer uma confraternização, não muito elaborada com os membros.	Presença dos membros nos eventos da empresa
	Introduzir os Trainees na Zenit	Fazer um evento de integração dos membros mais antigos com os membros que acabaram de sair do processo trainee. Evento de um dia inteiro com dinâmicas, feedbacks, partilha e festa. Exclusivo para membros da empresa.	
	Fazer <b>um</b> evento por <b>semestre</b> com todos os membros.	O evento de cada semestre pode ser diferente, o importante é a reunião de todos os membros em ambiente descontraído. Pode ser piquenique, festa junina. Resenha, churrasco entre outros	
Otimizar a experiência do Cliente	Ter <b>90%</b> dos Projetos entregues no prazo	Fazer um cronograma com todas as tarefas e prazos definidos ficando de responsabilidade do gerente acompanhar se cada atividade está sendo finalizada no prazo.	Trabalhos finalizados no prazo
	Ter no mínimo <b>70%</b> de nota 9 e 10 no pós venda	Aplicar um formulário bem simples para todos os clientes depois de finalizado o serviço. Apenas uma pergunta: "Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa para um amigo?"	Os resultados do formulário
Ampliar o leque de serviços	Avançar o serviço de drones para agricultura	Comprar um Drone específico para o serviço	Drone
		Iniciar um GTV	Resultado das pesquisas do GTV
Proporcionar troca de conhecimentos e experiências.	Realizar <b>1</b> contato <b>por mês</b> de preferência da EJ (Bench, Palestras, Cursos, Oficinas entre outros)	Fazer um quadro com todos os eventos, palestras, benches, cursos e workshops de interesse dos membros. Esse quadro pode ser virtual ou físico e deve estar disponível para todos os membros. A partir do quadro selecionar para cada mês o evento de maior interesse	Número de eventos (Palestra, Bench, cursos)
		Marcar o(s) evento(s) do mês no Google agenda.	
	Firmar <b>2</b> parcerias até o final do <b>ano</b> .	Promover iniciativas em conjunto com a empresa AeroJR. Firmar parceria com a Associação Aeroespacial Brasileira	Nº de parceiros



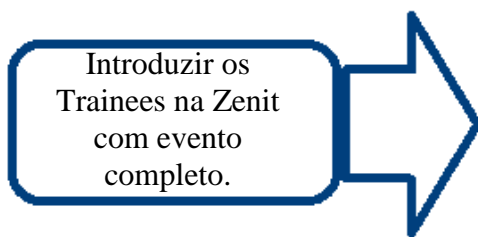
## PROJETOS

Consultoria Integrada

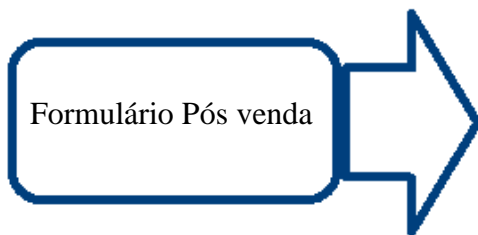
 <p>Ser</p> <p>referência</p> <p>no mercado</p> <p>aeroespacial</p> <p>e impactar</p> <p>diretamente</p> <p>a Universidade de Brasília.</p> 	Aumentar a visibilidade da empresa	Aumentar o conteúdo do blog para <b>1</b> post por <b>semana</b>	Fazer um cronograma colocando para cada semana um membro responsável pelo post.	Nº de Posts no blog
		Fornecer Vídeo aulas com conteúdo de drones.	Criar um canal no youtube e postar <b>1</b> video por <b>mês</b> .	Nº de vídeos no youtube
			Fazer um cronograma colocando para cada mês 5 membros responsáveis pela video aula.	Nº de membros engajados
	Cativar e selecionar os futuros integrantes da Zenit	Ter <b>100 inscrições</b> no processo seletivo	Se promover na promover na UnB fazendo um evento de escolha da empresa como: corrida de drone, minicurso gratuito, observação do espaço sideral.	Nº de inscrições no Processo Seletivo
		Recolher Feedback do Processo Seletivo de <b>todos os trainees</b> .	Fazer formulários de feedback sobre cada etapa do processo seletivo e distribuir para os trainee ainda durante o processo. A área de operações que será a responsável nessa processo.	Nº de membros efetivados dentro do universo dos membros inscritos
			A área de operações deve avaliar os feedbacks e otimizar o próximo processo seletivo.	
	Reter Conhecimento	Ter <b>1</b> aula por <b>mês</b> sobre assunto de importância da empresa.	Os membros da empresa devem se propor a ensinar algo de seu domínio a outros integrantes interessados. A iniciativa deve partir de cada membro, mas ser incentivada pela área de operações.	Nº de aulas fornecidas
		Ter metodologia dos serviços da Zenit organizada em uma apostila.	Depois de cada serviço finalizado um dos membros que participou do projeto deve produzir um documento explicando a metodologia utilizada.	Nº de apostilas realizadas
	Atuar com todas as regulamentações	DECEA	Fazer solicitação online do (RPAS/DRONES)	Documentos
		ANATEL	Fazer a homologação do drone	
		ANAC	Fazer registro do Drone na ANAC	

### 3.3 Propostas:

No Plano estratégico que foi desenvolvido com base na metodologia MWB foram colocadas algumas propostas inovadoras, são ideias que surgiram com base na análise SWOT e vai ser mais bem explicada nesse tópico.



Porque um evento completo aproxima os membros que acabaram de entrar com os membros mais antigos integrando a empresa como um todo. O Evento seria de um dia inteiro em que aconteceria, além do churrasco de tradição, diversas atividades de integração.



Porque é uma maneira fácil e rápida do cliente deixar sua opinião sobre o serviço prestado. Para aplicar basta mandar um formulário bem simples: “Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria nossa empresa para um amigo?”

De acordo com a resposta é possível avaliar da seguinte maneira:

#### **Notas de 0 a 06 – Clientes Detratores**

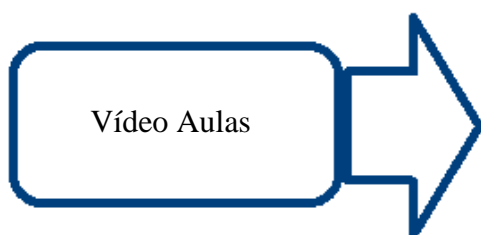
São aqueles clientes que indicam que a sua vida piorou depois da compra do produto ou serviço da empresa mencionada. Criticam a empresa em público e jamais voltariam a fazer negócio com a empresa, exceto em situações extremas.

#### **Notas de 07 a 08 – Clientes Neutros**

São aqueles clientes que compram somente os produtos e serviços realmente necessários. Não são leais e não são entusiastas da empresa.

#### **Notas de 09 a 10 – Clientes Promotores**

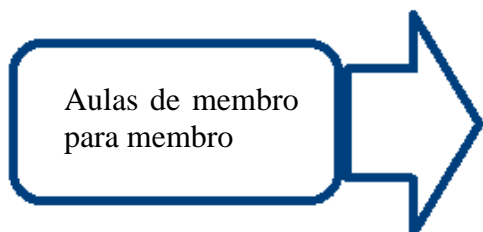
Passaram a ter uma vida melhor depois do início do relacionamento com a empresa/produto/serviço/marca. São leais, oferecem feedbacks e são entusiasmados.



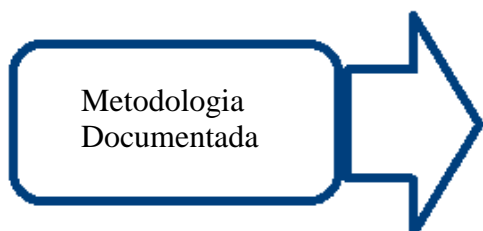
As vídeo aulas seriam uma ótima forma de marketing digital, pois as pessoas estão buscando cada vez mais aprender em casa. Levamos a imagem da empresa a um possível cliente sem agregar preço, mas agregando valor.



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada



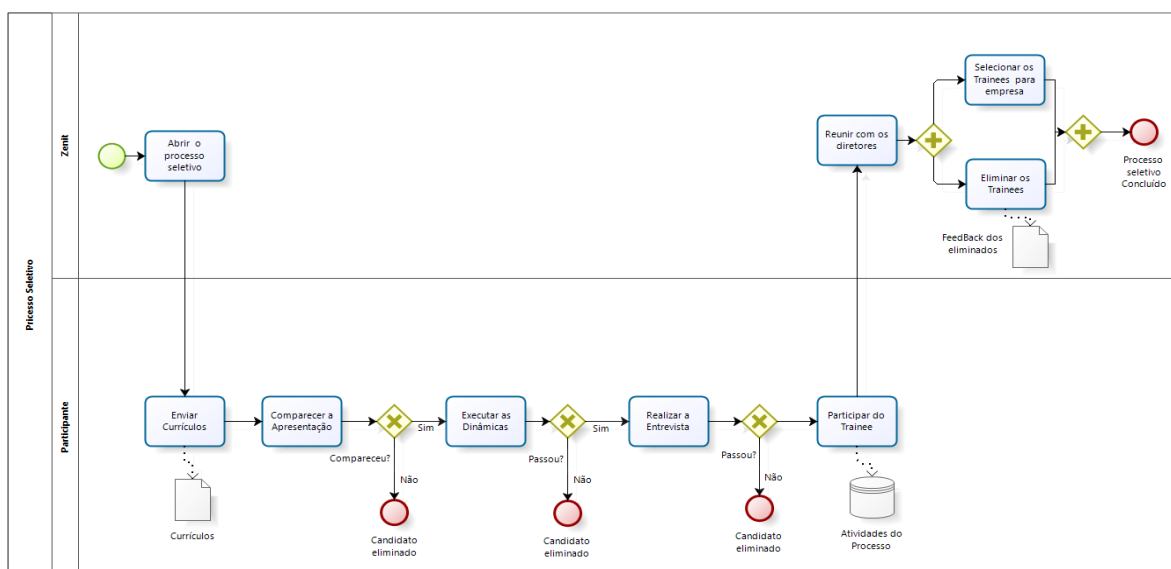
A iniciativa consiste em um dos membros da Zenit elaborar sozinho ou em grupo uma aula sobre algum assunto que domina e que é de interesse dos outros integrantes da empresa. Essa é uma forma de capacitação muito completa, pois aos que estão dando a aula estão praticando e adquirindo habilidades de apresentação, controle do nervosismo, oratória enquanto os que estão assistindo aprendendo algo novo.



Essa proposta é uma forma de reter o conteúdo dentro da empresa. Por se tratar de uma Empresa Junior existe, independente da gestão, rotatividade dos membros. Assim para que os membros novos possam se capacitar de maneira mais rápida e não perderem tempo cometendo os mesmos erros a proposta é de copilar e deixar disponível uma espécie de manual da metodologia aplicada. Para que isso seja feito a ideia é depois de finalizar um projeto de sucesso, escrever sobre o método que usou para elaborá-lo.

## 4. Mapeamento de Processos:

### 4.1 Fluxograma:



#### 4.2 POP:

<b>ETAPA 1</b>	Abertura do Processo Seletivo	
	A empresa Junior Zenit vai anunciar para os estudantes de engenharia aeroespacial que o processo seletivo da empresa está aberto. E que para participar, os interessados devem mandar email com o currículo.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações e Interessado	<b>Responsável:</b> Operações
<b>ETAPA 2</b>	Primeira Etapa	
	Aqueles que enviaram o email recebem a primeira etapa do processo que consiste em comparecer em uma das três apresentações. As apresentações ocorrem em dias diferentes e serão agendadas com antecedência e comunicadas aos participantes via email. Aqueles que não comparecerem estão eliminados.	
	<b>Envolvidos:</b> Participante e Operações	<b>Responsável:</b> Operações e Participante
<b>ETAPA 3</b>	Segunda Etapa	
	Aqueles que compareceram na palestra passam agora para a fase das dinâmicas. As dinâmicas acontecem em dois dias para a equipe do processo seletivo, porém em apenas um dia para os participantes. O participante deve comparecer no dia estipulado e realizar a dinâmica apresentada.	
	<b>Envolvidos:</b> Palestrantes e Candidatos	<b>Responsável:</b> Candidato
<b>ETAPA 4</b>	Avaliação da Segunda etapa	
	Para a dinâmica estabelecem os avaliadores e eles recebem uma fichinha. Na fichinha estarão escritos boas características que os avaliadores devem avaliar da seguinte forma: 3 rostinhos, um feliz, um mediano e um triste. Tem um espaço para anotações adicionais caso necessário. A partir dessa avaliação serão selecionados os participantes com melhor desempenho na atividade.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações	<b>Responsável:</b> Operações
<b>ETAPA 5</b>	Terceira etapa	
	Aqueles que passaram na segunda etapa agora participarão de uma entrevista	

	individual. A data da entrevista será combinada com o participante. A entrevista é uma serie de perguntas para o participante, grande parte voltada para área de interesse da pessoa.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações e Participante	<b>Responsável:</b> Operações e Participante

<b>ETAPA 6</b>	Avaliação da Terceira etapa	
	A equipe do Processo Seletivo deve avaliar o perfil de cada participante, vendo se ele se enquadra no perfil da área de interesse como no perfil da empresa como um todo. Depois de se analisar devem selecionar aqueles participantes que apresentarão um perfil parecido com o o perfil que eles buscavam.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações	<b>Responsável:</b> Operações

<b>ETAPA 7</b>	Quarta etapa	
	Para aqueles que foram selecionados na entrevista seguem agora para a fase de Trainee. O Trainee é gameficado e tem 3 etapas. A primeira é a de capacitação e rotação nas áreas, a segunda é o fechamento de um contrato e a última é a reunião e discussão da diretoria.	
	<b>Envolvidos:</b> GP e Candidato	<b>Responsável:</b> GP

<b>ETAPA 8</b>	Etapa 1 do Trainee	
	Nessa etapa os Trainees serão destinados a passar um período de tempo em cada área da empresa da seguinte forma: 1 semana em Operações e Presidência, 1 semana ADM & FIN 1 semana Marketing e 2 semanas pesquisa e desenvolvimento . Em cada área eram realizadas aulas e tarefas, as tarefas eram pontuadas e os pontos utilizados para comprar parte do foguete que iria para o Planeta Zenit. Cada área possuía uma parte que deveria ser comprada com os pontos adquiridos.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações e Participante	<b>Responsável:</b> Participante

<b>ETAPA 9</b>	Etapa 2 do Trainee	
	Depois de passarem pela etapa 1 os trainees passam agora 2 semanas na área de Projetos, Negócio e Inovação em que vão se utilizar dos conhecimentos adquiridos nas outras áreas, junto com o conhecimento que estará sendo passado nessa, e em grupo fechar um projeto.	
	<b>Envolvidos:</b> Operações e Participante	<b>Responsável:</b> Participante

<b>ETAPA 10</b>	Etapa 3 do Trainee	
	Após fecharem o contrato a diretoria se reúne e discute sobre cada Trainee aprovando-o ou reprovando-o. Para os aprovados decidiam em qual área o trainee seria mais efetivo como membro levando em consideração a sua preferência.	
	<b>Envolvidos:</b> Diretoria	<b>Responsável:</b> Diretoria
<b>ETAPA 11</b>	Efetivação	
	Apresenta a decisão da diretoria a cada Trainee, tornando ele um efetivado de uma área específica da empresa.	
	<b>Envolvidos:</b> Diretoria e Participante	<b>Responsável:</b> Diretoria

## 5. Referência Bibliográfica:

- ZENIT AEROSPACE, disponível em: <https://www.zenitaerospace.com/> . Acesso na data de: 03/06/17.
- BUSINESS ZOOM, **Análise PESTEL**, disponível em: <http://www.thebusinesszoom.com/anaacutelise-pestel.html> . Acesso em: 03/06/17 .
- Andre Victor Souza Diniz, Gabriela Bezerra Pucci, Marina Ferreira Segati, Rafael Maciel Mellado, **Imunidade tributária das empresas juniores**, disponível em: < [http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=12500](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=12500)> Acesso em: 03/06/17.
- ANAC, **Certificados de Drones**, disponível em: < <http://www.anac.gov.br/assuntos/paginas-tematicas/drones/registros-e-certificados-de-drones>> . Acesso em: 03/06/17
- DRONE SHOW, **Mercado de Drones no Brasil – Perspectivas para 2017**. Disponível em: < <http://www.dronehowla.com/mercado-de-drones-no-brasil-perspectivas-para-2017/>> . Acesso em: 03/06/17.



**PROJETOS**  
Consultoria Integrada

- SAPIA, Sérgio, **Fotografando e gravando com drones**, disponível em: [https://www.eduk.com.br/cursos/7-design-e-fotografia/5488-fotografando-e-gravando-com-drones?a=eduk&campaign=googleadwordsbrasil\\_pesquisa\\_padronizado\\_desktop\\_curso\\_5748\\_drones&utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=googleadwordsbrasil\\_pesquisa\\_padronizado\\_desktop\\_curso\\_5748\\_drones&utm\\_content=pesquisa&tap\\_a=17788-198c35&tap\\_s=87028-dcbb1f&gclid=CjwKCAjw387JBRBPEiwA5FfUy5RJI9YmrBqzh2xLBn7tLtlDxv4pyWaspJFGUJsPihNS7kCfmLO2jxoC4egQAvD\\_BwE](https://www.eduk.com.br/cursos/7-design-e-fotografia/5488-fotografando-e-gravando-com-drones?a=eduk&campaign=googleadwordsbrasil_pesquisa_padronizado_desktop_curso_5748_drones&utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=googleadwordsbrasil_pesquisa_padronizado_desktop_curso_5748_drones&utm_content=pesquisa&tap_a=17788-198c35&tap_s=87028-dcbb1f&gclid=CjwKCAjw387JBRBPEiwA5FfUy5RJI9YmrBqzh2xLBn7tLtlDxv4pyWaspJFGUJsPihNS7kCfmLO2jxoC4egQAvD_BwE) Acesso em 04/06/17
- UFJF, **Empresas juniores ganham mercado em tempos de crise**, Disponível em: <http://www.ufjf.br/noticias/2016/03/11/empresas-juniores-ganham-mercado-como-alternativas-de-baixo-custo-em-tempos-de-crise/> Acesso em 01/06/2017.
- WANDERLEY, A. Projetos desenvolvidos por empresas juniores podem sair mais baratos em até 90%, **O globo**, 21/03/2014, disponível em: <https://oglobo.globo.com/economia/emprego/empreendedorismo/projetos-desenvolvidos-por-empresas-juniores-podem-sair-mais-baratos-em-ate-90-11919693#ixzz4im69EFtx> Acesso dia 01/06/2017.
- BRASIL JUNIOR, Disponível em: <https://www.brasiljunior.org.br/> , Acesso dia 01/06/17.
- <http://revistagalileu.globo.com/Revista/noticia/2015/01/nos-temos-um-problema.html>