

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Anexo I – MODELO DE PROJETO EXTENSIONISTA



CENTRO UNIVERSITÁRIO PROCESSUS

Prática Extensionista

PROJETO/AÇÃO (3º/ 2025)

1. Identificação do Objeto

Atividade Extensionista:

PROGRAMA () PROJETO (X) CURSO () OFICINA ()
EVENTO () PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS (x) AÇÃO DE EXTENSÃO SOCIAL ()

Área Temática: Empreendedorismo e Inovação

Linha de Extensão: Plano de Negócios

Local de implementação (Instituição parceira/conveniada):

Cristo Rei – Imobiliária

SCS Quadra 1 Bloco G Edifício Baracat - Asa Sul, Brasília/DF, CEP 70309-900.

Título: Empreendedorismo e Estratégias de Marketing no Setor Imobiliário

2. Identificação dos Autor(es) e Articulador(es)

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

DISCIPLINA EXTENSIONISTA: PRÁTICA DE GESTÃO I – EMPREENDEDORISMO E INOVAÇÃO

Coordenador de Curso

NOME: MARIA APARECIDA DE ASSUNÇÃO

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Professor(a) Articulador(a):

NOME: SILVANA MARIA BARBOSA DA SILVA COSTA

Aluno(a):**NOME/Matrícula/Contato:**

MARIA CLARA RAMOS KORESSAWA FERREIRA

(61) 98219-5517

3. Desenvolvimento

Fundamentação Teórica

O empreendedorismo desempenha papel essencial no desenvolvimento econômico, social e organizacional, sendo associado à criação de novos negócios, à geração de empregos e à dinamização dos mercados. Para Schumpeter (1982), o empreendedor é o principal agente da transformação econômica, uma vez que introduz inovações capazes de romper com modelos tradicionais. Segundo o autor, o desenvolvimento econômico ocorre por meio de um processo de “destruição criativa”, no qual novas soluções substituem práticas já estabelecidas, promovendo mudanças estruturais na economia.

Nesse contexto, o empreendedorismo ultrapassa a simples abertura de empresas, envolvendo a capacidade de perceber oportunidades e transformá-las em valor. Drucker (1987, p. 36) afirma que “o empreendedor sempre busca a mudança, reage a ela e a explora como uma oportunidade”, evidenciando que a inovação é elemento fundamental da ação empreendedora. Assim, o empreendedor é caracterizado por sua postura proativa diante das transformações do ambiente econômico e social.

A inovação, por sua vez, é considerada um fator estratégico para a competitividade das organizações. De acordo com o Manual de Oslo (OCDE, 2018), inovação refere-se à implementação de um produto ou processo novo ou significativamente melhorado, bem

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

como à adoção de novos métodos organizacionais ou de marketing. Tal definição amplia a compreensão da inovação, demonstrando que ela não se limita apenas ao avanço tecnológico, mas abrange melhorias nos modelos de gestão e na forma de relacionamento com o mercado.

Para Tidd, Bessant e Pavitt (2008, p. 30), “a inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito delas”, o que reforça sua conexão direta com o empreendedorismo. Organizações inovadoras tendem a apresentar maior capacidade de adaptação às mudanças, além de obter vantagens competitivas sustentáveis em ambientes cada vez mais dinâmicos.

A relação entre empreendedorismo e inovação é, portanto, indissociável. Empreendedores inovadores contribuem para o fortalecimento da economia ao introduzir soluções que atendem às demandas sociais e de mercado de forma eficiente. Conforme Schumpeter (1982), o progresso econômico não ocorre de forma contínua, mas por meio de rupturas promovidas por inovações empreendedoras que redefinem setores inteiros.

Dessa forma, o empreendedorismo aliado à inovação constitui um dos principais pilares para o desenvolvimento sustentável, estimulando a competitividade organizacional, o crescimento econômico e a geração de impactos sociais positivos.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Apresentação:

O presente trabalho consiste na elaboração de um plano de negócios para a Imobiliária Cristo Rei, sendo desenvolvido como requisito para a complementação do curso de Administração, em conformidade com as exigências acadêmicas da instituição de ensino.

A realização deste projeto tem como objetivo promover a integração entre os conhecimentos teóricos adquiridos ao longo da formação acadêmica e a prática profissional no setor imobiliário, possibilitando a aplicação de conceitos relacionados à gestão empresarial, planejamento estratégico, análise de mercado, organização administrativa e controle financeiro.

Nesse contexto, o plano de negócios configura-se como uma ferramenta essencial para a avaliação da viabilidade e do fortalecimento da Imobiliária Cristo Rei, contribuindo para o desenvolvimento de competências técnicas, analíticas e gerenciais, fundamentais à formação profissional, além de estimular a visão crítica e empreendedora do discente.

Missão:

Prestar serviços imobiliários de forma eficiente e responsável, assegurando transparência, segurança jurídica e qualidade técnica em todas as operações, com foco na satisfação das partes envolvidas.

Visão:

Alcançar posição de destaque e reconhecimento no mercado imobiliário regional, tornando-se referência pela excelência dos serviços, pela credibilidade institucional e pela adoção de práticas inovadoras e sustentáveis.

Valores:

Ética e integridade na condução das atividades; compromisso com a qualidade e com os resultados; valorização do cliente; inovação contínua; respeito às normas legais, aos parceiros e à sociedade

Justificativa:

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

A elaboração do presente projeto justifica-se pela relevância do setor imobiliário no contexto econômico e social, uma vez que este segmento contribui significativamente para a geração de empregos, movimentação da economia e desenvolvimento urbano. A atuação das imobiliárias é fundamental para intermediar relações de compra, venda e locação de imóveis, assegurando maior segurança jurídica e transparência nas negociações.

Além disso, o desenvolvimento deste projeto possibilita a aplicação prática dos conhecimentos teóricos adquiridos ao longo do curso, especialmente no que se refere aos conceitos de empreendedorismo, inovação, gestão e atendimento ao cliente. A análise da estrutura e do funcionamento de uma imobiliária permite compreender os desafios do mercado, bem como a importância da adoção de estratégias eficientes e inovadoras para a competitividade do negócio.

Justifica-se, ainda, a escolha do tema pela necessidade de adaptação das empresas imobiliárias às constantes transformações do mercado, impulsionadas pelo avanço tecnológico e pelas mudanças no perfil dos consumidores. Dessa forma, o projeto contribui para a formação acadêmica e profissional dos discentes, ao estimular uma visão crítica e estratégica sobre a gestão de empreendimentos imobiliários.

Objetivos:

Geral:

Analisar e apresentar a estrutura, o funcionamento e as estratégias de uma imobiliária, destacando a importância da gestão eficiente, do empreendedorismo e da inovação para a atuação competitiva no mercado imobiliário.

Específicos

- Analisar as estratégias de marketing e divulgação utilizadas por uma imobiliária para a captação de clientes e imóveis;
- Identificar os principais canais de divulgação empregados, com ênfase no marketing digital e no uso das redes sociais;

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

- Avaliar a importância da comunicação institucional e da imagem da marca no fortalecimento da atuação da imobiliária;
- Verificar como as ações de marketing contribuem para a competitividade e visibilidade no mercado imobiliário;
- Relacionar os conceitos teóricos de marketing e empreendedorismo com as práticas adotadas no setor imobiliário.

Metas:

- Estruturar um projeto acadêmico voltado à análise das estratégias de marketing e divulgação de uma imobiliária;
- Demonstrar a relevância do marketing digital para a promoção de serviços imobiliários;
- Evidenciar a importância da divulgação eficiente para a captação e fidelização de clientes;
- Analisar e descrever práticas eficazes de promoção e posicionamento da empresa no mercado imobiliário.

Resultados esperados:

Espera-se que, ao final do projeto, seja possível compreender o funcionamento de uma imobiliária e a relevância de uma gestão organizada e inovadora para o sucesso do empreendimento. Espera-se, ainda, o aprimoramento do conhecimento acadêmico e o desenvolvimento de habilidades analíticas, críticas e profissionais dos discentes, contribuindo para a formação acadêmica e preparação para o mercado de trabalho.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Metodologia:

A Metodologia aqui adotada, foi basicamente de pesquisa literária sobre os temas abordados e baseada em etapas estruturadas que envolveram levantamento de informações internas, pesquisa de mercado, definição de estratégias, planejamento financeiro e avaliação contínua, mostrou-se adequada para a construção de um plano consistente e alinhado à realidade do setor imobiliário. Tal abordagem permitiu integrar os conhecimentos teóricos adquiridos em sala de aula com a aplicação prática, favorecendo uma visão mais crítica e estratégica do negócio.

A implementação do projeto aqui descrito será conduzida por meio de etapas estruturadas, que envolvem:

- Levantamento de informações internas – análise da estrutura organizacional da imobiliária, serviços oferecidos, perfil dos clientes, formas de atendimento e estratégias atuais de marketing e divulgação.
- Pesquisa de mercado – coleta de informações sobre concorrentes, público-alvo e tendências do mercado imobiliário local, com o objetivo de compreender o posicionamento da empresa e identificar oportunidades de divulgação.
- Definição de estratégias – organização de metas e ações voltadas ao fortalecimento da marca, ampliação da visibilidade da imobiliária e melhoria das estratégias de marketing e comunicação.
- Planejamento das ações de marketing – definição dos canais de divulgação, como redes sociais, portais imobiliários e atendimento digital, visando aumentar a captação de clientes e imóveis.
- Avaliação e acompanhamento – análise dos resultados esperados a partir das estratégias propostas, com a definição de indicadores que permitam avaliar a eficácia das ações de divulgação e realizar ajustes quando necessário.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Cronograma de execução:

DATA DE INÍCIO: 01 de agosto de 2025

DATA DE TÉRMINO: 12 de dezembro de 2025

Evento	Período	Observação
Levantamento de informações internas	1 semana	Diagnóstico inicial
Pesquisa de mercado	1 semana	
Coleta de dados	5 dias	
Análise e proposta	2 dias	
Elaboração do plano	20 dias	
Avaliação e ajustes (definição de indicadores e monitoramento dos resultados)	90 dias	Ajustes finais

Considerações finais:

A elaboração do presente projeto possibilitou uma análise abrangente sobre a estrutura e o funcionamento de uma imobiliária, evidenciando a importância da gestão estratégica, especialmente no que se refere às ações de marketing e divulgação, para o fortalecimento da marca e a ampliação da competitividade no mercado imobiliário. Ao longo do desenvolvimento do trabalho, foi possível compreender que a atuação eficiente de uma imobiliária vai além da intermediação de imóveis, exigindo planejamento, organização e constante adaptação às demandas do mercado.

Os objetivos propostos foram atendidos ao permitir a identificação das principais estratégias de divulgação, o entendimento do perfil do público-alvo e a análise da relevância do uso de ferramentas de marketing digital e comunicação institucional. As metas estabelecidas contribuíram para a estruturação do projeto, orientando a definição de ações voltadas à visibilidade da imobiliária, à captação de clientes e à consolidação de sua imagem no mercado regional.

Dessa forma, conclui-se que a adoção de práticas empreendedoras e inovadoras, aliadas a estratégias eficazes de marketing e divulgação, constitui fator essencial para o sucesso e a sustentabilidade de uma imobiliária. O projeto contribui, portanto, para a formação

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

acadêmica dos discentes, ao proporcionar uma compreensão mais aprofundada sobre a dinâmica do mercado imobiliário e a importância do planejamento estratégico para a atuação profissional futura.

Referência Bibliográfica:

DRUCKER, Peter F. Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios. São Paulo: Pioneira, 1987.

ORGANIZAÇÃO PARA A COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO (OCDE). Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 4. ed. Paris: OCDE, 2018.

SCHUMPETER, Joseph A. Teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Abril Cultural, 1982.

TIDD, Joe; BESSANT, John; PAVITT, Keith. Gestão da inovação. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2012.