

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Anexo I – MODELO DE PROJETO EXTENSIONISTA



CENTRO UNIVERSITÁRIO PROCESSUS Prática Extensionista

PROJETO

1º/ 2026

1. Identificação do Objeto

Atividade Extensionista:

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

Área Temática:

Plano de Negócios e Transformação Digital

Linha de Extensão:

Empreendedorismo e Inovação

Local de implementação:

Henrique Dellorto Fotografia – Brasília/DF
Endereço: QBR 7 Santa Maria – DF
Contato: 61 99535-3255

Título:

Empreendedorismo, Inovação e Experiência do Cliente como Diferenciais Competitivos na Transformação Digital da Henrique Dellorto Fotografia

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

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

CURSO: Administração

DISCIPLINA EXTENSIONISTA: Prática de Gestão I (Empreendedorismo e Inovação)

Coordenador de Curso: NOME: Profa.

Maria Aparecida de Assunção

Professor(a) Articulador(a):

NOME: Silvana Maria Barbosa da Silva Costa

Aluno(a)

NOME/Matrícula/Contato:

Henrique Dellorto Oliveira

2518590000008

(61) 99535-3255

3. Desenvolvimento:**Fundamentação Teórica**

Palavras-chave: Empreendedorismo; Inovação; Marketing.

O empreendedorismo é reconhecido como um dos principais fatores de desenvolvimento econômico e social, sendo responsável pela criação de novos negócios, geração de empregos e promoção da inovação. Segundo Schumpeter (1982), o empreendedor é o agente responsável por introduzir inovações capazes de transformar mercados e criar novas oportunidades. Para o autor, o desenvolvimento econômico ocorre por meio da chamada “destruição criativa”, processo no qual novas ideias, produtos e serviços substituem modelos tradicionais.

Nesse contexto, o empreendedorismo não se limita à abertura de empresas, mas envolve a capacidade de identificar oportunidades, assumir riscos calculados e desenvolver soluções inovadoras para atender às demandas do mercado. Drucker (1987) destaca que a inovação é o instrumento específico do empreendedor, sendo fundamental para a geração de valor e para a competitividade das organizações.

A inovação empresarial constitui um dos principais fatores de sucesso em mercados cada vez mais dinâmicos e competitivos. De acordo com o Manual de Oslo (OCDE, 2018), a inovação pode ocorrer por meio da implementação de novos produtos, processos, métodos organizacionais ou estratégias de marketing. Essa definição amplia a compreensão da inovação, demonstrando que ela não está restrita ao desenvolvimento tecnológico, mas também à melhoria contínua da gestão e dos serviços oferecidos.

Para Tidd, Bessant e Pavitt (2008), a inovação está diretamente relacionada à capacidade das organizações de identificar oportunidades e transformá-las em resultados. Empresas que investem em inovação tendem a apresentar maior capacidade de adaptação às

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

mudanças do mercado, fortalecendo sua posição competitiva e garantindo melhores resultados a longo prazo.

O marketing também exerce papel fundamental no desenvolvimento das organizações. Segundo Kotler e Keller (2012), as estratégias de marketing permitem compreender as necessidades dos consumidores, fortalecer a marca e criar relacionamentos duradouros com os clientes. Em um cenário cada vez mais digital, a utilização de ferramentas tecnológicas tornou-se essencial para ampliar a visibilidade das empresas e fortalecer sua presença no mercado.

Outro aspecto relevante é a experiência do cliente. Pine e Gilmore (1999) defendem que as organizações devem oferecer experiências memoráveis capazes de gerar valor além do serviço principal prestado. No setor de fotografia, a experiência do cliente está relacionada não apenas à qualidade técnica das imagens produzidas, mas também ao atendimento, à personalização dos serviços e ao relacionamento estabelecido durante todas as etapas do processo.

Dessa forma, empreendedorismo, inovação, marketing e experiência do cliente constituem elementos complementares que contribuem para o fortalecimento das organizações, possibilitando crescimento sustentável, diferenciação competitiva e maior satisfação dos consumidores.

Apresentação:

O presente projeto consiste na análise da empresa Henrique Dellorto Fotografia, sediada em Brasília/DF e atuante há 14 anos no mercado de fotografia profissional. A empresa desenvolve trabalhos em diferentes segmentos, incluindo cobertura de batizados, aniversários, eventos corporativos e ensaios fotográficos, atendendo clientes em âmbito nacional e internacional.

A realização deste projeto tem como finalidade promover a integração entre os conhecimentos adquiridos na disciplina Prática de Gestão I (Empreendedorismo e Inovação) e a prática empresarial, possibilitando a aplicação de conceitos relacionados ao empreendedorismo, inovação, gestão estratégica e experiência do cliente.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Nesse contexto, o projeto busca demonstrar a importância da inovação contínua e da adoção de práticas empreendedoras para a manutenção da competitividade em um mercado caracterizado por constantes transformações tecnológicas e mudanças no comportamento dos consumidores.

Justificativa:

A escolha do tema justifica-se pela crescente importância do empreendedorismo e da inovação para a sustentabilidade dos negócios em um mercado cada vez mais competitivo. O setor de fotografia passou por profundas transformações nos últimos anos em decorrência da evolução tecnológica e das mudanças nas expectativas dos consumidores.

Nesse cenário, torna-se fundamental compreender como empresas do segmento podem utilizar práticas inovadoras para fortalecer sua competitividade, melhorar seus processos e oferecer experiências diferenciadas aos clientes. Além disso, o desenvolvimento deste projeto possibilita a aplicação prática dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso de Administração, contribuindo para a formação acadêmica e profissional do discente.

A análise da Henrique Dellorto Fotografia permite compreender os desafios e oportunidades existentes no setor, evidenciando a importância da inovação, do empreendedorismo e da experiência do cliente como fatores essenciais para o crescimento e fortalecimento da empresa.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Objetivos:

Geral:

Analisar a contribuição do empreendedorismo, da inovação e da experiência do cliente para o desenvolvimento e a competitividade da Henrique Dellorto Fotografia no mercado de fotografia profissional.

Específicos:

- Identificar práticas empreendedoras adotadas pela empresa ao longo de sua trajetória;
- Avaliar a importância da inovação na prestação dos serviços fotográficos;
- Analisar a influência da experiência do cliente na fidelização e indicação de novos clientes;
- Verificar oportunidades de transformação digital para ampliação da competitividade;
- Relacionar os conceitos teóricos de empreendedorismo e inovação às práticas desenvolvidas pela empresa.

Metas:

- Estruturar um projeto acadêmico voltado à análise da gestão empreendedora em uma empresa de fotografia;
- Evidenciar a importância da inovação para a competitividade do negócio;
- Demonstrar a relevância da experiência do cliente na fidelização e expansão da marca;
- Identificar oportunidades de crescimento por meio da transformação digital;
- Relacionar teoria e prática no contexto da gestão empresarial.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Resultados esperados:

Espera-se que, ao final do projeto, seja possível compreender a importância do empreendedorismo e da inovação para o fortalecimento da Henrique Dellorto Fotografia, bem como identificar estratégias capazes de ampliar sua competitividade e sua capacidade de adaptação às mudanças do mercado.

Além disso, espera-se contribuir para o desenvolvimento acadêmico e profissional do discente, proporcionando uma visão mais ampla sobre gestão empresarial, planejamento estratégico e experiência do cliente.

Metodologia:

A metodologia adotada neste projeto será baseada em pesquisa bibliográfica e análise descritiva das práticas desenvolvidas pela empresa Henrique Dellorto Fotografia.

A implementação do projeto ocorrerá por meio das seguintes etapas:

- Levantamento de informações sobre a empresa e sua trajetória profissional;
- Pesquisa bibliográfica sobre empreendedorismo, inovação, marketing e experiência do cliente;
- Análise das práticas empresariais adotadas pela organização;
- Identificação de oportunidades de melhoria e inovação;
- Elaboração das conclusões e recomendações.

Cronograma de execução:

DATA DE INÍCIO: 9 de março de 2026

DATA DE TÉRMINO: 20 de junho de 2026

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

ATIVIDADES (sugeridas)	DATAS previstas (PELO PROFESSOR)
1. Elaboração e entrega ao Professor do Questionário (anexo II)	DATA final: ATÉ 06 de ABRIL
2. Elaboração e entrega ao Professor do Projeto preliminar (anexo I)	DATA final: ATÉ 30 DE MAIO
3. Devolutiva 1 do Professor	DATA final: ATÉ 08 DE JUNHO
4. Entrega ao Professor do Projeto preliminar, com a realização de alterações solicitadas	DATA final: ATÉ 22 DE JUNHO
5. Devolutiva 2 do Professor	DATA final: ATÉ 26 DE JUNHO
6. Prazo para acertos gerais do Projeto e envio ao Professor	DATA final: ATÉ 30 DE JUNHO
7. Devolutiva 3 do Professor	DATA final: ATÉ 06 DE JULHO
8. Prazo para acertos finais.	DATA final: ATÉ 10 DE JULHO
9. Entrega ao Professor do Projeto final (anexo I).	DATA final: ATÉ 13 DE JULHO
10. Avaliação e postagem no SEI, da menção (AP ou RP)	Data final: ATÉ 15 DE JULHO
11. Postagem, pelo professor, do Projeto final no SPGAex (Sistema de Programa de Gestão das Atividades Extensionistas) do UniProcessus	DATA final: ATÉ 15 DE JULHO

Considerações finais:

O desenvolvimento deste projeto possibilitou compreender a relevância do empreendedorismo, da inovação e da experiência do cliente para a sustentabilidade e competitividade das organizações. A análise da Henrique Dellorto Fotografia demonstrou que a capacidade de adaptação às mudanças do mercado, aliada à busca constante pela qualidade e pela satisfação dos clientes, constitui um importante diferencial competitivo.

Os objetivos propostos foram alcançados ao permitir a identificação das práticas empreendedoras desenvolvidas pela empresa e a análise das oportunidades de inovação aplicáveis ao setor fotográfico. Além disso, o projeto evidenciou que a experiência do cliente representa um elemento fundamental para a construção de relacionamentos duradouros e para o fortalecimento da reputação profissional.

Centro Universitário Processus

PORTARIA Nº 282, DE 14 DE ABRIL DE 2022

Conclui-se, portanto, que o empreendedorismo e a inovação constituem fatores essenciais para o crescimento sustentável das organizações, contribuindo para sua permanência e sucesso em mercados cada vez mais competitivos.

Referências Bibliográfica:

- DRUCKER, Peter F. *Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios*. São Paulo: Pioneira, 1987.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. *Administração de marketing*. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2012.
- 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.
- PINE II, B. Joseph; GILMORE, James H. *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage*. Boston: Harvard Business School Press, 1999.
- 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.