



Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco
Campus Cabo de Santo Agostinho
Curso de Bacharelado em Administração
Programa IF Mais Empreendedor Nacional: Projeto Impulse

RELATÓRIO TÉCNICO-INOVATIVO

Programa IF Mais Empreendedor Nacional: Projeto Impulse

Josilene Patrícia Fidelis de Lima

Vinícius Magalhães Silva

Cabo de Santo Agostinho

2025

Equipe técnica: Josilene Patricia Fidelis de Lima e Vinícius Magalhães Silva

Coordenação Geral: Adriana de Fátima Valente Bastos



Autorizamos a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico para fins de ensino e pesquisa desde que citada a fonte. Este documento está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição Não Comercial 4.0 Internacional.

Programa IF Mais Empreendedor Nacional: Projeto Impulse © 2025 por está licenciado sob [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

RESUMO

Este trabalho aborda a experiência do projeto de extensão "Impulse", desenvolvido pelo Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) no âmbito do programa IF Mais Empreendedor Nacional 2021. O projeto teve como objetivo fortalecer micro e pequenos empreendimentos, fornecendo consultoria personalizada em áreas estratégicas como gestão financeira, marketing digital e planejamento de negócios. Durante os seis meses de execução, os bolsistas aplicaram metodologias inovadoras, como o design thinking, que incluiu etapas de empatia, diagnóstico inicial e construção de soluções práticas. Foram elaboradas ferramentas estratégicas, como matriz SWOT, modelo Canvas, persona e plano de ação, além de diagnósticos financeiros detalhados. Os principais desafios enfrentados incluíram a coleta de informações pelos empreendedores, desistências pontuais e a gestão da comunicação entre as partes. Apesar disso, os resultados destacaram avanços significativos, como maior clareza financeira, planejamento estratégico consistente e melhorias no engajamento digital dos negócios.

Palavras-chave: IF Mais Empreendedor; empreendedorismo; *design thinking*; micro e pequenas empresas; consultoria.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	5
2 DESENVOLVIMENTO	6
2.1 Consultoria Empresarial	7
2.1.1 <i>Design Thinking</i>	7
2.1.2 Matriz CSD	8
2.1.3 Matriz SWOT	10
2.1.4 <i>Model Business Canvas</i>	12
2.1.5 <i>Persona</i>	14
3 METODOLOGIA	15
4 ANÁLISE DE RESULTADOS	16
4.1 Marketing Digital	16
4.2 Modelo de Negócio	17
4.3 Gestão Empresarial	17
4.4 Planejamento Financeiro	17
4.4.1 Análise Financeira e Operacional	18
4.4.2 Contas Patrimoniais	18
4.4.3 Resultado Financeiro	19
4.4.4 Margem de Lucro por Produto	21
4.4.5 Evolução dos Custos Mensais	22
4.4.6 Evolução do Faturamento	23
4.4.7 Comparação Custos e Faturamento	25
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
5.1 Relato de Experiência de Anna - Proprietária do Cozinha Bacana	27
REFERÊNCIAS	28

1 INTRODUÇÃO

O Projeto Impulse foi desenvolvido como parte do programa nacional *IF Mais Empreendedor 2021*, uma iniciativa promovida pelos Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia para apoiar pequenos negócios em suas estratégias de crescimento e sustentabilidade. Contando com a participação de cinco empreendimentos e dez alunos extensionistas, o projeto designou dois bolsistas para atuar em cada negócio, oferecendo consultoria estratégica e capacitação em áreas críticas como gestão financeira, marketing digital e planejamento estratégico.

Este relato de experiência foi elaborado pelos bolsistas Josilene Patrícia Fidelis de Lima e Vinícius Magalhães Silva, que atuaram diretamente no acompanhamento do empreendimento Cozinha Bacana. Esse negócio, liderado pela egressa Anna Caroline, tinha como foco a produção de marmitas e saladas congeladas no conceito fit, atendendo a uma crescente demanda por alimentação prática e saudável.

O Projeto Impulse, no qual o empreendimento foi desenvolvido, tinha como público-alvo egressos empreendedores, ou seja, ex-alunos que desejavam aplicar os conhecimentos adquiridos durante a formação acadêmica para desenvolver ou impulsionar seus próprios negócios. A iniciativa visava oferecer suporte técnico, orientação estratégica e acompanhamento especializado para que esses empreendimentos alcançassem um maior nível de maturidade e competitividade no mercado. Dentro desse contexto, a Cozinha Bacana tornou-se um exemplo prático de como o apoio do projeto poderia colaborar com o crescimento sustentável e inovador de negócios liderados por egressos.

A experiência relatada inclui atividades de diagnóstico e análise do negócio, como a aplicação de ferramentas estratégicas — Matriz SWOT, Canvas e diagnósticos financeiros —, além da proposição de soluções voltadas à melhoria da gestão e ao fortalecimento do marketing digital. Realizado sob a coordenação do campus Cabo de Santo Agostinho do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), o projeto aconteceu de junho a novembro de 2021, gerando impactos positivos no

desenvolvimento dos empreendimentos atendidos e na formação profissional dos estudantes envolvidos.

2 DESENVOLVIMENTO

No Brasil, o empreendedorismo é um dos principais impulsionadores da economia, gerando empregos e renda. No entanto, muitos negócios enfrentam dificuldades devido à falta de planejamento estratégico e à baixa qualificação dos empreendedores, o que reduz suas chances de sucesso a longo prazo (Dornelas, 2018). Nesse cenário, projetos de extensão universitária, como o *IF Mais Empreendedor*, idealizado através do IF Sul de Minas, emergem como ferramentas fundamentais para a integração entre ensino, pesquisa e sociedade. Essas iniciativas não apenas promovem o desenvolvimento local, mas também proporcionam aos estudantes experiências práticas e transformadoras, ampliando sua compreensão sobre as complexidades do mercado e as necessidades dos pequenos empreendedores.

O Projeto Impulse foi estruturado em diversas etapas que integraram atividades de diagnóstico, capacitação e consultoria prática para os empreendimentos participantes. Essa fase foi marcada por um processo contínuo de interação entre os estudantes, os empreendedores e a equipe de consultores. O trabalho foi realizado de forma colaborativa e teve como objetivo principal, proporcionar um suporte que fosse tanto técnico quanto estratégico, utilizando metodologias de gestão de negócios para gerar soluções adaptáveis às realidades de cada empreendimento. O início do projeto foi marcado pela definição do plano de ação, que incluiu a identificação dos empreendimentos participantes e o levantamento de informações preliminares. Além disso, foi realizada uma etapa de sensibilização e alinhamento de expectativas, garantindo que os objetivos do projeto fossem compreendidos por todos os envolvidos e que os participantes estivessem preparados para as próximas fases de acompanhamento e desenvolvimento estratégico. Essa abordagem inicial foi essencial para criar um ambiente de colaboração e estabelecer um compromisso mútuo entre os empreendedores e a equipe do projeto. A equipe de bolsistas participou de treinamentos sobre consultoria, design thinking e uso de ferramentas estratégicas, preparando-se para a

abordagem personalizada de cada caso. Esse treinamento foi crucial para garantir que os estudantes pudessem aplicar metodologias como a Matriz CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições), que ajudou a identificar as principais questões enfrentadas por cada empreendimento.

2.1 Consultoria Empresarial

De acordo com o Ministério da Economia (Programa Brasil Mais, 2021), a consultoria é fundamental para alavancar a produtividade e a competitividade de pequenos negócios, atuando diretamente na melhoria de seus processos internos e na adoção de práticas mais eficientes. O programa revelou que as empresas que participaram apresentaram ganhos de produtividade em torno de 22%, além de crescimento no faturamento médio de 8%. Essas melhorias são atribuídas ao diagnóstico detalhado e à implementação de estratégias personalizadas oferecidas pelos consultores do programa, que focam em gestão eficiente e transformação digital. Idalberto Chiavenato (2003) define a consultoria empresarial como um processo interativo, no qual um consultor utiliza seus conhecimentos e técnicas especializadas para ajudar as organizações a identificar problemas, propor soluções e implementar melhorias, com o objetivo de alcançar maior eficiência e resultados estratégicos. Esse conceito reforça a importância do papel consultivo em iniciativas como o Programa Brasil Mais, ao proporcionar suporte técnico e direcionado para o desenvolvimento sustentável dos negócios.

2.1.1 Design Thinking

O *Design Thinking* é uma abordagem que coloca o ser humano no centro do processo de solução de problemas, promovendo empatia, criatividade e colaboração. Tim Brown (2009), CEO da IDEO, afirma que o Design Thinking é uma abordagem focada no ser humano para promover a inovação. Essa abordagem utiliza as ferramentas do design para integrar as necessidades das pessoas, as possibilidades tecnológicas e os requisitos necessários para o sucesso nos negócios.

No contexto do empreendimento *Cozinha Bacana*, o *Design Thinking* foi aplicado em diversas etapas, começando pela fase de empatia, onde foram realizadas entrevistas e observações para compreender as reais necessidades e desafios enfrentados pela empreendedora Anna Caroline. A partir dessas informações, foi possível identificar os principais problemas a serem trabalhados, incluindo a gestão financeira e a ampliação da presença digital do negócio.

A segunda etapa, definição, foi direcionada à análise dos dados coletados, utilizando ferramentas como Matriz CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições) para organizar as informações e priorizar os problemas que demandavam soluções imediatas. Com base nesse diagnóstico, foram elaboradas soluções estratégicas, como a criação de um plano de ação personalizado para fortalecer a operação do negócio e melhorar a atração de clientes.

Na fase de ideação, os bolsistas desenvolveram ideias criativas para otimizar o funcionamento do negócio, incluindo propostas para automatizar o agendamento de pedidos, melhorar o controle de estoque e diversificar a comunicação nas redes sociais. Essas ideias foram consolidadas na etapa de prototipagem, que envolveu a aplicação prática de ferramentas como Canvas e Persona para estruturar o modelo de negócio e refinar o entendimento do público-alvo.

Por fim, na fase de teste, as soluções propostas foram apresentadas à empreendedora, que as implementou parcialmente durante o acompanhamento do projeto. Esse ciclo iterativo permitiu ajustes nas estratégias e garantiu que as soluções fossem adequadas às necessidades específicas do empreendimento.

A aplicação do Design Thinking no *Projeto Impulse* foi fundamental para alinhar as expectativas dos empreendedores às propostas de consultoria, garantindo resultados mais eficazes e adaptados às suas realidades.

2.1.2 Matriz CSD

A Matriz CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições) foi uma das ferramentas estratégicas fundamentais aplicadas no *Projeto Impulse*, sendo utilizada para organizar e priorizar as informações coletadas sobre os empreendimentos. Essa

metodologia permitiu que a equipe analisasse de forma estruturada os principais aspectos do negócio, separando aquilo que já era conhecido das questões que necessitavam de validação ou investigação mais profunda.

No caso do empreendimento *Cozinha Bacana*, liderado pela empreendedora Anna Caroline, a aplicação da Matriz CSD aconteceu na fase inicial do projeto, durante o diagnóstico. O foco da análise foi identificar os pontos críticos que poderiam ser trabalhados para melhorar a operação do negócio, principalmente em relação à gestão financeira e operacional. As informações foram organizadas nas seguintes categorias:

- **Certezas:** Aspectos confirmados pela empreendedora e pela equipe, como o modelo de negócio baseado na produção de marmitas e saladas congeladas no conceito fit, a falta de um controle rigoroso sobre as finanças e o público-alvo principal formado por pessoas preocupadas com alimentação saudável.
- **Dúvidas:** Questões que precisavam de maior esclarecimento, como os custos reais de produção e os motivos por trás de uma possível oscilação no fluxo de caixa.
- **Suposições:** Hipóteses levantadas pela equipe, como a ideia de que a falta de organização financeira estava impactando diretamente a capacidade do empreendimento de crescer e atender a uma demanda maior.

Com a aplicação da Matriz CSD, a equipe de bolsistas identificou que a maior dor do negócio estava na falta de controle financeiro, especialmente em relação ao que entrava e saía no fluxo de caixa. As informações foram coletadas por meio de uma entrevista com a gestora, que permitiu compreender os principais desafios enfrentados no dia a dia do empreendimento. Essa descoberta direcionou os esforços para a realização de um diagnóstico financeiro detalhado, que mapeou todas as despesas e receitas do negócio, destacando gargalos e apontando áreas críticas para intervenção.

Como resultado desse diagnóstico, foi desenvolvido um plano financeiro personalizado, incluindo a introdução de ferramentas práticas, como planilhas de controle e orientações para organização de despesas e receitas. A empreendedora

recebeu orientações específicas para registrar as movimentações financeiras de forma consistente, o que proporcionou maior clareza sobre a saúde financeira do negócio e embasou decisões estratégicas para otimizar os recursos disponíveis.

A aplicação da Matriz CSD foi indispensável para estabelecer uma base sólida de informações e orientar as ações subsequentes do projeto. Sua utilização reforçou a importância de diferenciar entre o que é conhecido e o que ainda precisa ser validado, permitindo que as soluções fossem construídas de forma mais direcionada e eficiente, com foco nas reais necessidades do empreendimento.

Impulse	Matriz CSD	
Certezas O que sabemos sobre o problema?	Suposições O que supomos saber? (achismo)	Dúvidas Quais as perguntas que deveremos fazer?
O Cozinha Bacana não tem controle da quantidade de fornecimento de marmitas	Não tem tempo para realizar o controle	A Cozinha Bacana teria preparo técnico para realizar o controle?
Não há o controle do que entra e sai em valores	Não sabem onde encontrar fornecedores para pequenos negócios	Qual a quantidade ideal de estoque para o negócio?
Não há separação do dinheiro pessoal e da empresa	Não sabe como realizar a devida separação dos gastos pessoais e da empresa	Tem condições de realizar o armazenamento dos frios, verduras e marmitas?
Por falta de pessoal, não conseguem manter controle de um fluxo de caixa	Não tem condições de manter um estoque maior para comprar uma quantidade grande no Recife, o que sairia mais barato as marmitas e verduras, pois apesar de ser rentável, é um investimento grande.	Tem capital para tal investimento?
Tem dificuldade em achar fornecedores com preços atrativos		Até quanto os clientes que já possui estão dispostos a pagar pelo produto?
Produtos caros por serem de qualidade tanto insumos alimentícios, quanto as marmitas	Por não conhecer bem as obrigações do CNPJ não compra as coisas nele	O público que deseja alcançar habitualmente paga quanto em refeições desse tipo (saudáveis)?
O preço das marmitas vendidas não estão sendo suficientes para cobrir os gastos, visto a qualidade dos produtos e o baixo preço de venda.		Quais são seus fornecedores atuais?
Por proporcionar variedade e qualidade, o trabalho do Cozinha Bacana é maior que sua lucratividade		Como é feita a seleção dos fornecedores?
O plano de entrega Cabo Delivery é bom, porém alto	Talvez há um leque de possibilidades grande acerca dos meios de entrega	Como chegam os novos clientes?
Não usa CNPJ nas compras usa cartão pessoal		Quanto clientes fiéis ela tem?
Não conhece bem ainda como funciona o MEI - vantagens, desvantagens, direitos e deveres		Por que o ifood não tem pedido?

Imagem 1: Matriz CSD da Cozinha Bacana

Fonte: Os autores

2.1.3 Matriz SWOT

A Matriz SWOT foi uma das ferramentas estratégicas mais importantes aplicadas no *Projeto Impulse*, sendo utilizada para analisar os fatores internos e externos que influenciavam o desempenho dos empreendimentos atendidos. Segundo Kotler e Keller (2012, p. 53), a SWOT "é uma ferramenta essencial para ajudar as organizações a compreenderem seus ambientes internos e externos, permitindo a formulação de estratégias mais eficazes". Sua aplicação no *Cozinha*

Bacana possibilitou uma visão estruturada dos principais desafios e oportunidades do negócio.

No caso do *Cozinha Bacana*, a análise foi conduzida com a participação ativa da empreendedora Anna Caroline e da equipe de bolsistas. A matriz foi dividida em quatro quadrantes:

- **Forças:** Pontos positivos do negócio, como o foco em alimentos saudáveis e congelados, que atendiam a um público crescente interessado em praticidade e saúde. A qualidade dos produtos e a personalização no atendimento também foram destacados como diferenciais competitivos.
- **Fraquezas:** Aspectos internos que necessitavam de melhorias, como a falta de controle financeiro estruturado e a ausência de um planejamento estratégico para expansão. A gestão limitada de estoques foi outro ponto crítico identificado.
- **Oportunidades:** Elementos externos que poderiam ser explorados, como o aumento da demanda por alimentos saudáveis e a possibilidade de ampliar a visibilidade do negócio por meio do marketing digital. Parcerias com academias e empresas focadas em saúde também foram levantadas como potenciais colaborativas.
- **Ameaças:** Fatores externos que representavam riscos, como a concorrência crescente no mercado de marmitas fit e as oscilações nos preços de insumos essenciais devido à inflação.

Com base na Matriz SWOT, foi possível priorizar ações estratégicas. Por exemplo, a identificação das fraquezas relacionadas ao controle financeiro levou ao desenvolvimento de um plano de fluxo de caixa estruturado. Já as oportunidades identificadas direcionaram esforços para fortalecer a presença digital e estabelecer parcerias locais, ampliando o alcance do negócio.

A aplicação dessa ferramenta foi crucial para alinhar as expectativas entre a empreendedora e a equipe de consultores, resultando em uma abordagem prática e direcionada às necessidades específicas do empreendimento. Kotler e Keller (2012) destacam que a análise SWOT desempenha um papel fundamental no processo de planejamento estratégico, ajudando a criar soluções mais focadas e eficazes.

2.1.4 Model Business Canvas

O Business Model Canvas foi outra ferramenta estratégica fundamental aplicada no Projeto Impulse para organizar e estruturar os modelos de negócios dos empreendimentos atendidos. Desenvolvido por Osterwalder e Pigneur (2010, p. 14), o Canvas é descrito como “uma linguagem comum para descrever, visualizar, avaliar e alterar modelos de negócios”, e tem como objetivo simplificar o processo de planejamento estratégico por meio de um esquema visual composto por nove blocos essenciais.

No caso do Cozinha Bacana, o uso do Business Model Canvas permitiu mapear os seguintes componentes:

- **Proposta de Valor:**

Venda de alimentos saudáveis a partir do portfólio da empresa e sob demanda do cliente, entregando a proposta de alimentação saudável com sabor.

- **Segmentos de Clientes:**

Jovens e adultos sem tempo para cozinhar, pessoas com restrições alimentares, indivíduos em dieta (seja por saúde ou academia), clientes assíduos, e consumidores em eventos.

- **Canais:**

Delivery, redes sociais (Instagram e WhatsApp), *grab-and-go* na própria empresa, divulgação em empreendimentos parceiros, merchandising nas redes sociais, e panfletos.

- **Relacionamento com Clientes:**

SAC via redes sociais e construção de relacionamento por meio de canais digitais.

- **Fontes de Receita:**

Vendas habituais do dia a dia, vendas para clientes fiéis, e vendas em grandes quantidades (eventos).

- **Recursos-Chave:**

Equipe de cozinha especializada, utensílios e meios eletrônicos (celulares e computadores), mão de obra, e a marca da empresa.

- **Atividades-Chave:**

Gerenciamento dos canais de comunicação e entrega da proposta de alimentação saudável com sabor, adaptabilidade às necessidades dos clientes e diversidade de pratos considerando a sazonalidade dos alimentos.

- **Parcerias-Chave:**

Fotógrafos para fotos de qualidade nas redes sociais, gráficas para materiais promocionais, e parcerias com o Cabo Delivery.

- **Estrutura de Custos:**

Investimento em marketing, fotografia, custos fixos (energia, água, telefone, limpeza), e aquisição de matérias-primas e embalagens no Recife e demais lugares.

A utilização do Canvas permitiu à equipe visualizar o modelo de negócios de forma integrada, identificar lacunas e direcionar esforços para melhorar processos e expandir o alcance do empreendimento. Como apontam Osterwalder e Pigneur (2010), o Canvas possibilita que as empresas explorem novas possibilidades e otimizem seus modelos de negócio existentes.

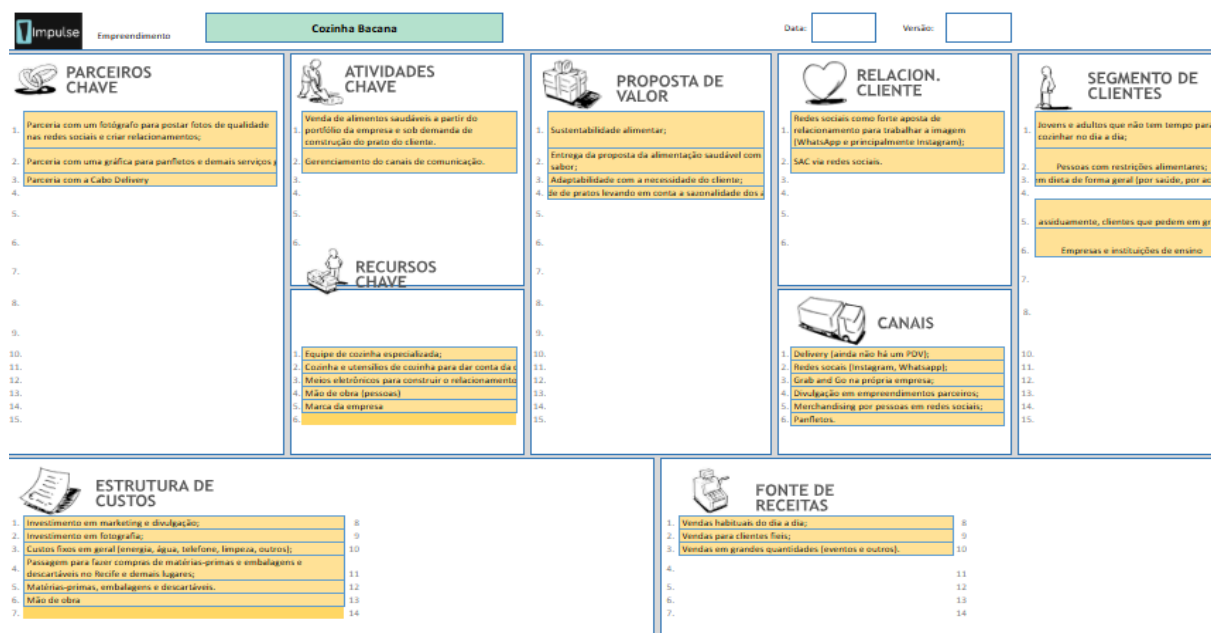


Imagem 2: *Business Model Canvas* da Cozinha Bacana

Fonte: Os autores

2.1.5 Persona

"A persona é uma representação fictícia e detalhada do cliente ideal, criada a partir de dados reais e pesquisas. Ela ajuda as empresas a entenderem melhor seu público-alvo, seus comportamentos, desejos e necessidades, e a desenvolverem estratégias mais assertivas de marketing". (Golçalves, 2014, p. 72) Assim, a partir de dados obtidos, a empresa consegue compreender melhor seus clientes, suas necessidades, o que motiva a compra nesses indivíduos, entre outros aspectos que influenciam diretamente na relação cliente-empresa, com isso, pode-se representar o cliente ideal. Dentre as vantagens de realizar a Persona, podemos destacar que a empresa consegue se aproximar do seu cliente de forma a construir uma comunicação mais personalizada podendo assim, otimizar suas ações e maximizar seus lucros, onde passa a elaborar um marketing direcionado às necessidades e expectativas do seu público, suprimindo as dores do seu cliente também na oferta dos produtos necessários às necessidades desses, fidelizando-o, bem como com as informações obtidas, norteiam as tomadas de decisões estratégicas.

No empreendimento Cozinha Bacana, a aplicação da ferramenta foi de total importância para conhecermos melhor o público alvo, quais suas necessidades, hábitos de compras, objetivos e motivação de compra e como alcançá-los de maneira eficaz satisfazendo as necessidades e fidelizando-os. Com isso, identificamos que a persona da Cozinha Bacana é Maria Eduarda, uma mulher entre 24 e 35 anos, formada e residente em Cabo de Santo Agostinho. Ela possui uma rotina agitada, dividida entre trabalho no comércio e a docência, o que faz com que busque soluções práticas para o dia a dia, já que não tem tempo para cozinhar. Seu maior desafio é gerenciar o tempo em meio às suas diversas responsabilidades. Maria Eduarda utiliza redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter, consome informações pelas mídias digitais e aprende novas habilidades tanto online quanto presencialmente. Seus interesses incluem educação, alimentação saudável, fitness e moda. Quando consome produtos, prefere marcas como Centauro, C&A e Riachuelo, optando por compras online devido à sua rotina corrida. A Cozinha Bacana se apresenta como a solução ideal para atender suas necessidades, oferecendo refeições práticas, produtos de alta qualidade e um serviço eficiente de entrega ou retirada. Maria Eduarda valoriza o custo-benefício, as embalagens

resistentes e a flexibilidade que a empresa proporciona, sendo essencial para ajudá-la a manter uma rotina prática e organizada.

3 METODOLOGIA OU MATERIAIS E MÉTODOS

Freedman (2003) define a consultoria estratégica como um processo que auxilia as empresas na criação de estratégias para otimizar o uso de seus recursos. Nessa ótica, a metodologia adotada no presente estudo foi baseada em uma abordagem prática e colaborativa, centrada no modelo de consultoria aplicada para oferecer suporte a pequenos empreendedores. A execução foi organizada em etapas alinhadas às ferramentas do design thinking e consultoria estratégica. Inicialmente, foi realizada uma fase de diagnóstico, utilizando a ferramenta Briefing e Matriz CSD (Certezas, Dúvidas e Suposições). Posteriormente, os empreendedores participaram de mentorias e reuniões para aplicação de ferramentas estratégicas, como Matriz SWOT, Canvas, Persona e elaboração de planos de ação.

Adicionalmente, foi implementado um diagnóstico financeiro com preenchimento de tabelas em Excel, permitindo identificar falhas de gestão e oportunidades de melhoria. Os estudantes bolsistas, acompanhados por voluntários e especialistas, conduziram reuniões periódicas com os empreendedores, oferecendo mentorias em áreas críticas como marketing digital e gestão financeira. Embora o plano de trabalho original tenha sofrido ajustes, como a inclusão do diagnóstico financeiro, todas as etapas estratégicas foram cumpridas nos empreendimentos que forneceram os dados necessários. A metodologia visou promover o crescimento sustentável dos negócios, destacando o impacto de ferramentas estratégicas e a importância de práticas de gestão financeira adequadas.



Imagem 3: Treinamento de *Design Thinking* e Matriz CSD

Fonte: Os autores

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

Os resultados obtidos no acompanhamento do empreendimento *Cozinha Bacana*, dentro do *Projeto Impulse*, evidenciaram avanços expressivos nas áreas de marketing digital, modelo de negócios, gestão empresarial e, especialmente, no planejamento financeiro, que foi um dos pontos mais importantes para o sucesso do projeto.

4.1 Marketing Digital

No âmbito do marketing digital, as mentorias resultaram em melhorias significativas na presença online do empreendimento. A criação de um cronograma de postagens, aliada à introdução da programação automática de conteúdos,

proporcionou uma comunicação mais consistente com o público-alvo. Até 20 de dezembro de 2021, essa meta foi atingida, incluindo a sugestão de novos formatos de publicações que aumentaram o engajamento e a visibilidade nas redes sociais.

4.2 Modelo de Negócio

Para o modelo de negócio, a aplicação da ferramenta CANVAS permitiu à empreendedora analisar detalhadamente o diferencial competitivo do *Cozinha Bacana*. Essa etapa possibilitou a identificação de pontos fortes e oportunidades de melhoria, consolidando uma visão mais estratégica para o crescimento do negócio. O CANVAS foi confeccionado e entregue dentro do prazo, fornecendo uma base sólida para decisões futuras.

4.3 Gestão Empresarial

Na área de gestão empresarial, foi elaborado um planejamento estratégico de curto e médio prazo, com metas e objetivos claros para 2022. O plano de ação foi finalizado até 20 de dezembro de 2021, ajudando a empreendedora a organizar suas prioridades e alinhar seus esforços com as demandas do mercado.

4.4 Planejamento Financeiro

Por fim, o planejamento financeiro destacou-se como a etapa mais relevante do projeto, sendo fundamental para abordar a principal dor do empreendimento: a falta de controle sobre receitas e despesas. Um diagnóstico financeiro completo foi realizado, com o levantamento detalhado de todas as informações financeiras do negócio. O relatório final, concluído até 28 de dezembro de 2021, proporcionou à empreendedora maior clareza sobre a gestão financeira, permitindo otimizar o fluxo de caixa e embasar decisões estratégicas. Esse trabalho foi essencial para fortalecer a sustentabilidade do empreendimento e criar uma base sólida para seu crescimento.

Como Aswath Damodaran (2010) aponta, um bom planejamento financeiro é fundamental para a sustentabilidade de um negócio, pois permite que os gestores identifiquem fontes de receita e despesas, alocando recursos de maneira eficiente para alcançar os objetivos estratégicos. Essa abordagem foi essencial para fortalecer a sustentabilidade do empreendimento e criar uma base sólida para seu crescimento.

O destaque para o planejamento financeiro, aliado aos avanços nas demais áreas, comprova a eficácia das ações desenvolvidas pelo *Projeto Impulse*. O trabalho colaborativo entre os bolsistas e a empreendedora trouxe resultados práticos e alinhados às reais necessidades do *Cozinha Bacana*.

4.4.1 Análise Financeira e Operacional da Cozinha Bacana no Período de Abril a Outubro de 2021

Este estudo tem como objetivo analisar o desempenho financeiro da Cozinha Bacana no período de abril a outubro de 2021, com foco na avaliação das contas patrimoniais, resultados financeiros, margens de lucro por produto, evolução dos custos e faturamento, além de considerações sobre a viabilidade econômica do empreendimento.

4.4.2 Contas Patrimoniais

A análise das contas patrimoniais evidenciou que a Cozinha Bacana iniciou suas atividades em 16 de abril de 2021 com um capital social inicial de R\$600,00, complementado posteriormente por um aporte de R\$400,00, totalizando R\$1.000,00. Durante o período analisado, não foram realizados investimentos em instalações próprias ou na aquisição de ativos imobilizados.

O empreendimento não registrou vendas a prazo, tampouco implementou controles formais de fluxo de caixa. Também não houve a contratação de funcionários formais. Além disso, a empresa não contraiu dívidas com fornecedores nem recorreu a empréstimos ou financiamentos, caracterizando uma estrutura patrimonial inicial enxuta.

4.4.3 Resultado Financeiro no Período

A Demonstração do Resultado do Exercício (DRE) revelou que a Cozinha Bacana obteve uma Receita Bruta acumulada de R\$9.532,00 entre abril e outubro de 2021. O Lucro Bruto registrado foi de R\$1.219,44, representando 12,79% da Receita Bruta. Entretanto, as despesas operacionais no montante de R\$2.209,20 superaram o Lucro Bruto, resultando em um prejuízo líquido de R\$989,76, equivalente a 10,38% da Receita Bruta.

Quadro I - Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	Valor (R\$)	Percentuais (%)
Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	9.532,00	100%
(-) Devoluções de vendas	15,00	0,16%
(-) Descontos Concedidos	0,00	-
(-) Impostos e Contribuições sobre vendas	336,00	3,52%
= Receita Operacional Líquida	9.181,00	96,32%
(-) Custo dos Produtos Vendidos e/ou Serviços Prestados	7.961,56	83,52%
= Resultado Operacional Bruto (Lucro Bruto)	1.219,44	12,79%
(-) Despesas Operacionais	0,00	-
(-) Despesas Gerais e Administrativas	0,00	-
(-) Despesas de Vendas	2.209,20	23,18%
(-) Despesas Financeiras	0,00	-
(-) Outras Despesas	0,00	-
(+) Outras Receitas	0,00	-
= Resultado Operacional Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro	(989,76)	(10,38%)
(-) Provisão para IR e Contribuição Social	0,00	-
= Resultado Líquido Antes de Participações	(989,76)	(10,38%)
(-) Participações de Administradores, empregados, fundo de assistência e previdência de empregados	0,00	-
= Resultado Líquido (Lucro ou Prejuízo)	(989,76)	(10,38%)

Imagem 4: DRE sem o aluguel

Fonte: Os autores

Ao considerar um custo adicional hipotético de aluguel, estimado em R\$1.800,00 para o período, o prejuízo líquido aumentaria para R\$2.789,76, correspondente a 29,27% da Receita Bruta. Esses dados demonstram que, apesar de uma margem bruta positiva, o impacto das despesas operacionais inviabilizou a obtenção de lucro no período analisado.

Quadro II - Demonstração do Resultado do Exercício (DRE)	Valor (R\$)	Percentuais (%)
Receita Bruta de Vendas e/ou Serviços	9.532,00	100%
(-) Devoluções de vendas	15,00	0,16%
(-) Descontos Concedidos	0,00	-
(-) Impostos e Contribuições sobre vendas	336,00	3,52%
= Receita Operacional Líquida	9.181,00	96,32%
(-) Custo dos Produtos Vendidos e/ou Serviços Prestados	7.961,56	83,52%
= Resultado Operacional Bruto (Lucro Bruto)	1.219,44	12,79%
(-) Despesas Operacionais	1.800,00	18,88%
(-) Despesas Gerais e Administrativas	0,00	-
(-) Despesas de Vendas	2.209,20	23,18%
(-) Despesas Financeiras	0,00	-
(-) Outras Despesas	0,00	-
(+) Outras Receitas	0,00	-
= Resultado Operacional Antes do Imposto de Renda e da Contribuição Social sobre o Lucro	(2.789,76)	(29,27%)
(-) Provisão para IR e Contribuição Social	0,00	-
= Resultado Líquido Antes de Participações	(2.789,76)	(29,27%)
(-) Participações de Administradores, empregados, fundo de assistência e previdência de empregados	0,00	-
= Resultado Líquido (Lucro Líquido ou Prejuízo)	(2.789,76)	(29,27%)

Imagem 5: DRE com o aluguel

Fonte: Os autores

Conforme os resultados do segundo quadro, se for considerada a despesa operacional com pagamento de aluguel a Cozinha Bacana continua obtendo um Lucro Operacional Bruto no valor de R\$1.219,44 o qual corresponde a 12,79% da Receita Bruta de suas vendas. No entanto, o mesmo não é suficiente para pagar o total de suas despesas operacionais (R\$ 1.800,00) mais as despesas de vendas (R\$2.209,20) e, por consequência, o resultado final deste período foi um Prejuízo no valor de R\$ R\$2.789,76, o qual corresponde a 29,27% da Receita Bruta de suas vendas.

4.4.4. Margem de Lucro por Produto

A análise das margens de lucro individuais dos produtos destacou disparidades significativas. Os itens com maior margem foram a esfirra (100%) e a marmitta congelada de 300g (64,56%). Por outro lado, a salada de batata apresentou a menor margem, de apenas 0,29%. Essas variações apontam a necessidade de ajustes na precificação, especialmente em produtos com margens reduzidas, para garantir maior equilíbrio financeiro.

Especificação do Produto	Unid.	Custo Unitário (R\$) Outubro/21	Preço de Venda Unitário (R\$) Outubro/21	Margem de Lucro por Produto (%) Outubro/21
Salada de Frango	1	17,36	20,00	15,20%
Salada de Batata	1	16,95	17,00	0,29%
Monte o Seu	1	13,16	15,00	13,98%
Marmitta congelada 300g	1	7,90	13,00	64,56%
Marmitta congelada 500g	1	13,16	15,00	13,98%
Lasanha	1	57,00	65,00	14,03%
Esfirra	1	1,50	3,00	100%

Imagem 6: Custo Unitário do Produto e Preço Unitário de Venda do Produto

Fonte: Os autores

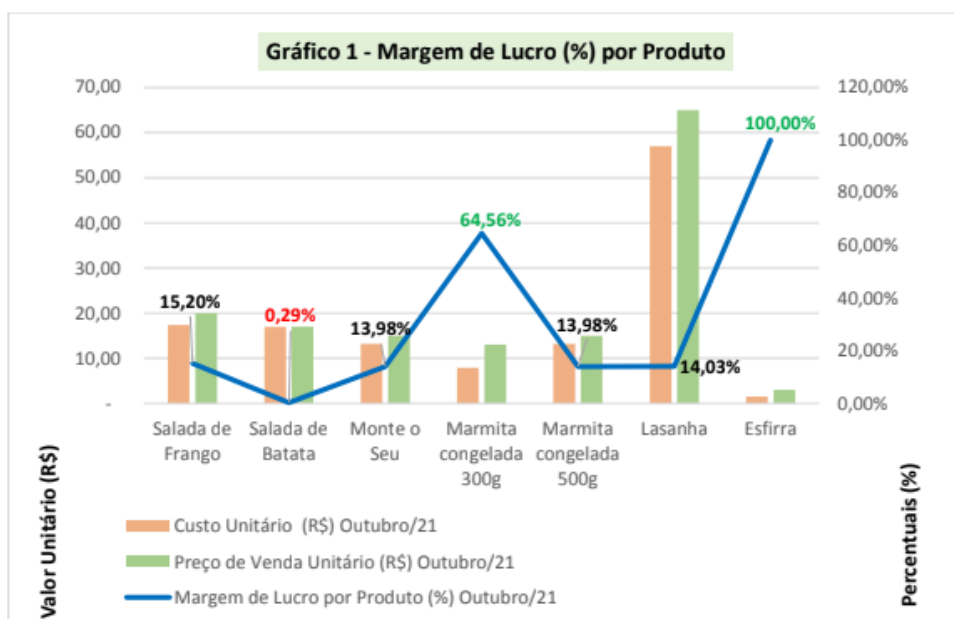


Imagem 7: Margem de Lucro por Produto

Fonte: Os autores

Os resultados evidenciaram que, a margem de lucro mais elevada são dos seguintes produtos: Marmitta congelada 300g com uma margem de lucro de 64,56% e Esfirra com margem de lucro de 100%. Já o produto que tem a margem de lucro mais reduzida é a Salada de Batata (0,29%). Os demais produtos seguem uma margem de lucro média em torno de 15%.

4.4.5 Evolução dos Custos Mensais entre Abril a Outubro de 2021

A avaliação dos custos mensais ao longo do período evidenciou uma tendência geral de crescimento, com exceções em maio, junho e setembro, quando os custos apresentaram declínio em relação ao mês anterior. Em outubro, os custos acumulados registraram um aumento significativo de 603,07% em comparação a abril, reflexo do aumento da produção e das despesas associadas ao crescimento das operações.

Mês	Custos Totais (R\$)	Percentual (%) de Evolução dos Custos (Mês Base: Abril/21)	Percentual (%) de Evolução dos Custos (Mensal)
Abril	376,74	100%	100%
Maio	359,79	4,50% (↓)	4,50% (↓)
Junho	325,89	13,50% (↓)	9,42% (↓)
Julho	1.013,48	169,01% (↑)	210,99% (↑)
Agosto	2.015,20	434,90% (↑)	98,84% (↑)
Setembro	1.221,72	224,29% (↑)	39,77% (↓)
Outubro	2.648,74	603,07% (↑)	116,80% (↑)

Imagem 8: Evolução dos Custos entre Abril e Outubro de 2021

Fonte: Os autores

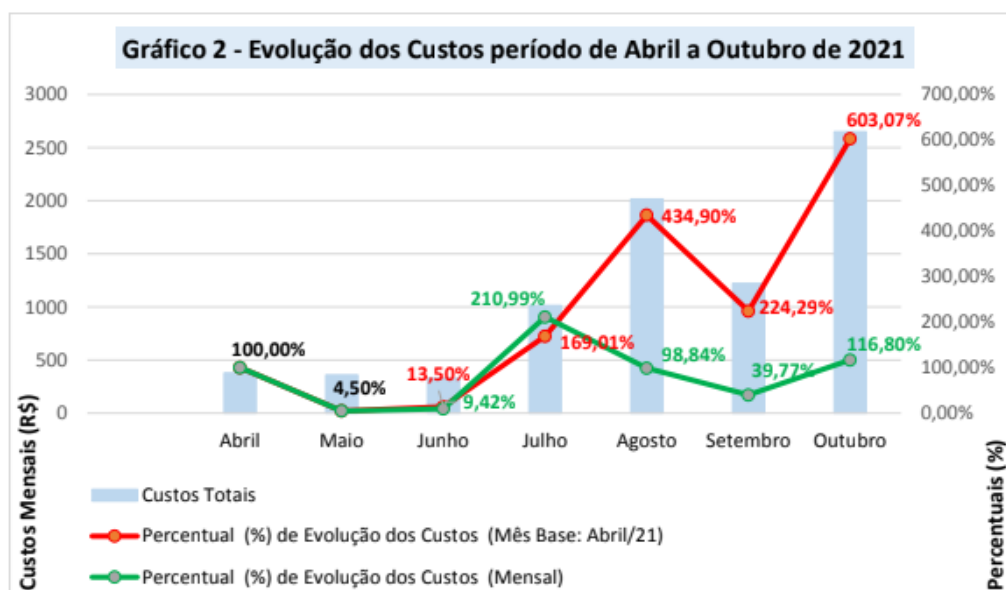


Imagem 9: Percentuais da Evolução dos Custos entre Abril e Outubro de 2021

Fonte: Os autores

4.4.6 Evolução dos Custos Mensais entre Abril a Outubro de 2021

O faturamento, representando a soma das vendas em determinado período, é essencial para a sustentabilidade do negócio. Durante o período analisado, o faturamento da Cozinha Bacana apresentou crescimento significativo, especialmente de julho a outubro, exceto pelos declínios observados em maio e junho. Este aumento foi impulsionado pela popularidade dos produtos "Monte o seu" e "Marmita Congelada de 300g", responsáveis por uma média de 60,48% e 16,98% do faturamento mensal, respectivamente.

Mês	Faturamento (Vendas) (R\$)	Percentual (%) de Evolução das Vendas (Mês Base: Abril/21)	Percentual (%) de Evolução das Vendas (Mensal)
Abril	416,00	100%	100%
Maio	399,00	4,09% (↓)	4,09% (↓)
Junho	365,00	12,26% (↓)	8,52% (↓)
Julho	1.260,00	202,88% (↑)	245,20% (↑)
Agosto	2.502,00	501,44% (↑)	98,57% (↑)
Setembro	1.418,00	240,86% (↑)	43,32% (↓)
Outubro	3.172,00	662,50% (↑)	124,00% (↑)

Imagem 10: Evolução do Faturamento de Abril a Outubro de 2021

Fonte: Os autores

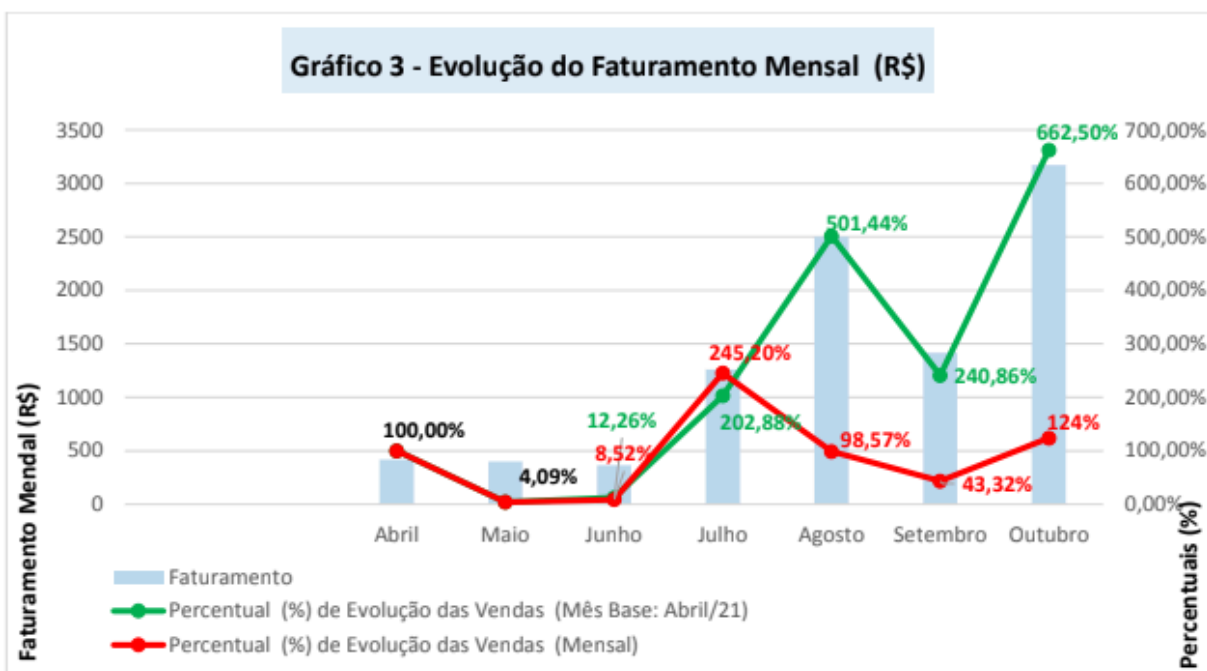


Imagem 11: Evolução do Faturamento Mensal de Abril a Outubro de 2021

Fonte: Os autores

Esses dados ressaltam a importância de diversificar os produtos ofertados para atender diferentes preferências e necessidades do público-alvo, uma vez que itens específicos como o “Monte o seu” e a “Marmita Congelada de 300g” demonstraram grande aceitação. Ademais, é essencial analisar mais profundamente os fatores que levaram à queda de faturamento nos meses destacados, como possíveis sazonalidades, mudanças no comportamento do consumidor ou ajustes na estratégia de marketing e distribuição. Essas informações podem ser fundamentais para sustentar o crescimento da Cozinha Bacana e melhorar os resultados nos períodos menos favoráveis.

4.4.7 Comparação da Evolução com a Evolução do Faturamento entre Abril a Outubro de 2021

Os custos operacionais mostraram uma tendência semelhante ao faturamento, porém, nos meses de julho, setembro e outubro, o crescimento do faturamento superou o dos custos, indicando maior eficiência operacional. Nos meses de maio e junho, embora tenha ocorrido redução tanto nos custos quanto no faturamento, a queda dos custos foi proporcionalmente maior, reforçando a necessidade de ajustes estratégicos.

Mês	Custo Mensal (R\$)	Percentual (%) de Evolução dos Custos (Mensal)	Faturamento Mensal (R\$)	Percentual (%) de Evolução do Faturamento (Mensal)
Abril	376,74	100%	416,00	100%
Maio	359,79	4,50% (↓)	399,00	4,09% (↓)
Junho	325,89	9,42% (↓)	365,00	8,52% (↓)
Julho	1.013,48	210,99% (↑)	1.260,00	245,20% (↑)
Agosto	2.015,20	98,84% (↑)	2.502,00	98,57% (↑)
Setembro	1.221,72	39,77% (↓)	1.418,00	43,32% (↓)
Outubro	2.648,74	116,80% (↑)	3.172,00	124,00% (↑)

Imagem 12: Comparação entre a Evolução dos Custos e Evolução do Faturamento

Fonte: Os autores

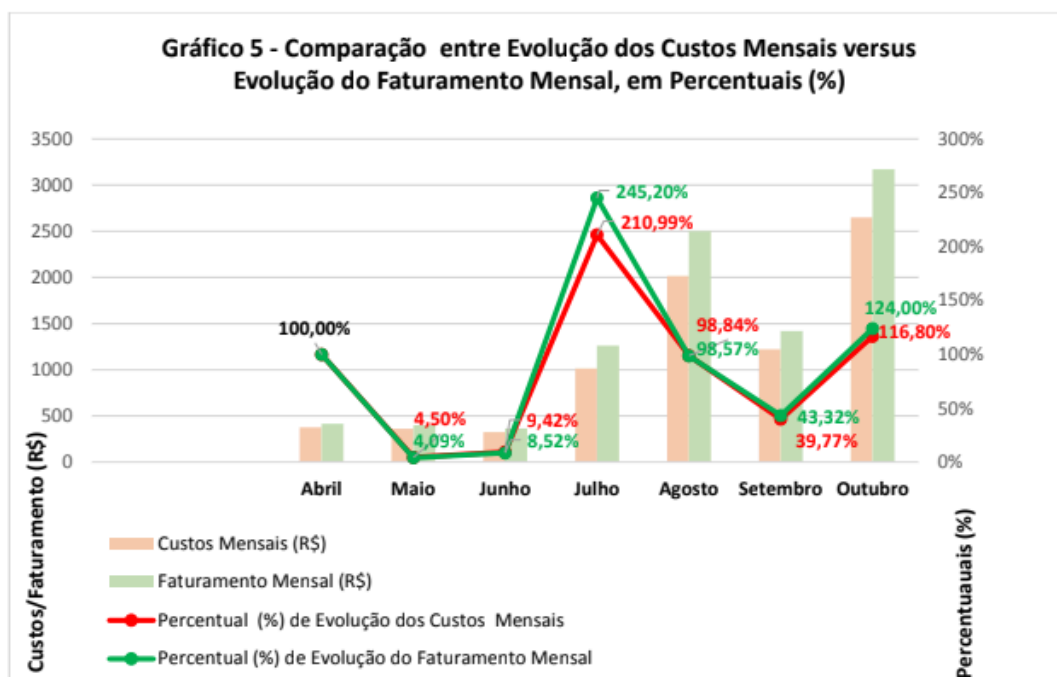


Imagem 13: Evolução em Percentuais da Evolução dos Custos versus Evolução do Faturamento

Fonte: Os autores

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Projeto Impulse, inserido no programa IF Mais Empreendedor Nacional 2021, demonstrou como a extensão universitária pode ser uma poderosa ferramenta para o fortalecimento de micro e pequenos empreendimentos. Ao longo de sua execução, foi possível proporcionar capacitação e suporte técnico personalizado aos empreendedores participantes, utilizando metodologias inovadoras como o Design Thinking e ferramentas estratégicas, tais como Matriz SWOT, Canvas e Persona.

Os resultados obtidos evidenciam avanços significativos nas áreas de gestão financeira, marketing digital e planejamento estratégico. Apesar dos desafios enfrentados, incluindo a desistência de dois empreendimentos, que resultou na realocação dos alunos bolsistas nos demais empreendimentos, dificuldades na coleta de informações e a complexidade de conciliar as agendas dos empreendedores, as ações desenvolvidas contribuíram para a sustentabilidade dos negócios atendidos. O diagnóstico financeiro, por exemplo, proporcionou maior clareza sobre os fluxos de caixa, enquanto as mentorias em marketing digital resultaram em maior engajamento nas redes sociais.

Além dos impactos nos empreendimentos, o projeto também proporcionou um aprendizado transformador para os estudantes envolvidos, permitindo que aplicassem na prática conceitos teóricos aprendidos em sala de aula. Essa vivência colaborativa fortaleceu competências como resolução de problemas, trabalho em equipe e adaptabilidade, ao mesmo tempo em que contribuiu para o crescimento dos empreendimentos de egressos do IFPE Campus Cabo de Santo Agostinho, promovendo a sustentabilidade de seus negócios.

Por fim, o Projeto Impulse reafirmou o papel do Instituto Federal de Pernambuco como agente de transformação social, contribuindo para a remodelagem de negócios locais e promovendo uma maior integração entre a academia e a sociedade. Espera-se que os resultados alcançados sejam um marco para o crescimento dos empreendimentos atendidos e sirvam como modelo para futuras iniciativas de extensão.

5.1 Relato de Experiência de Anna Caroline – Proprietária da Cozinha Bacana

Segundo Anna Caroline, empreendedora participante do projeto *Impulse*, sua experiência trouxe aprendizados valiosos para a gestão do negócio:

Quando fui convidada para participar do projeto *Impulse*, estava passando por uma fase difícil no meu empreendimento. Apesar de ter cursado algumas disciplinas sobre empreendedorismo durante o técnico em Cozinha e o superior em Gastronomia, ainda me sentia perdida nas questões administrativas. O conhecimento teórico não era suficiente para lidar com os desafios diários do meu negócio. A chegada do *Impulse* trouxe novas perspectivas. Lembro especialmente das reuniões com profissionais externos, como o representante do SEBRAE, que abriram horizontes para mim. Através dessas conversas e do acompanhamento que tive, consegui enxergar meu negócio por outro ângulo e, com o apoio de vocês, identifiquei erros que antes não percebia. Na época, os preços dos alimentos subiam constantemente, e administrar os gastos com matéria-prima, embalagens e entregas se tornou um peso enorme. Cheguei ao ponto de perceber que não era mais sustentável continuar. Foi uma decisão difícil, mas tomada com a consciência de que havia feito tudo o que estava ao meu alcance — e isso só foi possível porque tive o apoio e as ferramentas certas ao meu lado. As planilhas de custos que eu havia criado, mas usado de maneira incorreta, foram ajustadas com a ajuda de vocês. Esse aprendizado foi valioso, pois me ensinou tanto a administrar um pequeno negócio quanto a entender o momento certo de encerrar as operações. Participar do *Impulse* transformou minha visão de empreendedorismo e me deu a segurança de que fiz o melhor pelo meu sonho. Sou muito grata pelo aprendizado e pelo apoio que recebi ao longo desse caminho.

O depoimento demonstra como o projeto impactou diretamente a gestão do negócio, oferecendo soluções práticas e reforçando a importância de uma boa orientação para empreendedores iniciantes.

REFERÊNCIAS

BROWN, Tim. ***Change by design: how design thinking creates new alternatives for business and society***. New York: HarperBusiness, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. ***Consultoria empresarial: como atuar de maneira profissional e eficaz***. 1ª ed. São Paulo: Saraiva, 2003.

DAMODARAN, Aswath. ***Finanças corporativas: teoria e prática***. São Paulo: Pearson, 2010.

DORNELAS, José Carlos Assis. ***Empreendedorismo: transformando ideias em negócios***. Rio de Janeiro: Alta Books, 2018.

FREEDMAN, M. ***The art and discipline of strategic leadership***. New York: McGraw-Hill, 2003.

GONÇALVES, Rafael. ***Marketing digital: a arte de atrair e manter clientes na internet***. 1. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. ***Administração de marketing***. 14ª ed. São Paulo: Pearson, 2012.

OSTERWALDER, Alexander; PIGNEUR, Yves. ***Business model generation: inovação em modelos de negócios***. Rio de Janeiro: Alta Books, 2010.

PROGRAMA Brasil Mais: iniciativa já atendeu 117 mil pequenos negócios em todo o país. **Govbr**. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/financas-impostos-e-gestao-publica/2022/12/iniciativa-ja-atendeu-117-mil-pequenos-negocios-em-todo-o-pais>. Acesso em: 02 dez. 2024.

Dados do relatório técnico-inovativo:	
Título e subtítulo: Programa IF Mais Empreendedor Nacional: Projeto Impulse	Classificação de segurança: N/A
	Nº: N/A
Tipo de relatório: Programa IF Mais Empreendedor Nacional: Projeto Impulse	Data: 24/02/2025
Título do projeto: Impulse	Nº: N/A
<p>Nome dos Autores, Email, Link ativo ORCID</p> <p>Josilene Patrícia Fidelis de Lima jpfl1@discente.ifpe.edu.br https://orcid.org/0009-0006-5203-5194</p> <p>Vinícius Magalhães Silva vms12@discente.ifpe.edu.br https://orcid.org/0009-0000-4195-2380</p>	
<p>Nome do Orientador, Email, Link ativo ORCID:</p> <p>Adriana de Fátima Valente Bastos adriana.bastos@cabo.ifpe.edu.br https://orcid.org/0000-0002-5839-5821</p>	
<p>Instituição executora e endereço completo: Instituto Federal de Pernambuco - <i>Campus</i> Cabo de Santo Agostinho</p> <p>Rodovia BR-101 Sul, Km 107, Gleba 1A, s/nº, Mercês, Cabo de Santo Agostinho/PE.</p>	
<p>Instituição patrocinadora e endereço completo: Fundação de Apoio ao Desenvolvimento da Extensão, Pesquisa, Ensino Profissionalizante e Tecnológico – FADEMA</p> <p>Rodovia Machado Paraguaçu – km 03 – Bairro Santo Antônio – Machado/MG CEP: 37750-000</p>	
<p>Resumo:</p> <p>Este trabalho aborda a experiência do projeto de extensão "Impulse", desenvolvido pelo Instituto Federal de Pernambuco (IFPE) no âmbito do programa IF Mais Empreendedor Nacional 2021. O projeto teve como objetivo fortalecer micro e pequenos empreendimentos, fornecendo consultoria personalizada em áreas estratégicas como gestão financeira, marketing digital e planejamento de negócios. Durante os seis meses de execução, os bolsistas aplicaram metodologias inovadoras, como o design thinking, que incluiu etapas de empatia, diagnóstico inicial e construção de soluções práticas. Foram elaboradas ferramentas estratégicas, como matriz SWOT, modelo Canvas, persona e plano de ação, além de diagnósticos financeiros detalhados. Os principais desafios enfrentados incluíram a coleta de informações pelos empreendedores, desistências pontuais e a gestão da comunicação entre as partes. Apesar disso, os resultados destacaram avanços</p>	

significativos, como maior clareza financeira, planejamento estratégico consistente e melhorias no engajamento digital dos negócios.

Palavras-chave: IF Mais Empreendedor; empreendedorismo; *design thinking*; micro e pequenas empresas; consultoria.

Nº de páginas: 30